T.C.
ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

POST MODERN DÖNEMDE İDEAL BEDEN İNŞAASINDA SOSYAL MEDYANIN ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Beyza Melike İLTER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Fatma Ceyda BAŞ

Çankırı - 2023

T.C.
ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

POST MODERN DÖNEMDE İDEAL BEDEN İNŞAASINDA SOSYAL MEDYANIN ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Beyza Melike İLTER

ORCID:0000-0003-2733-3852

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Fatma Ceyda BAŞ

Çankırı - 2023

İÇİNDEKİLER

İçindekiler

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ iii
TEZ KABUL VE ONAY iv
ÖNSÖZ v
ÖZET vi
ABSTRACT vii
KISALTMALAR viii
TABLO LİSTESİ ix
1. GİRİŞ 1
2. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE 4
2.1. Sosyolojide Beden 4
2.1.1. Klasik Teorisyenlere Göre Beden 5
2.1.2.Çağdaş Teorisyenlere Göre Beden 7
2.1.3.Bedenin Sosyolojik İnşası 14
2.2.Post Modern Dönem 17
2.2.1.Post Modern Dönemde Beden 18
2.2.2.Post Modern Dönemde İdeal Bedenin Sosyal İnşası 21
2.2.3.Post Modern Dönemde Obezitenin İnşası 22
2.3. Sosyal Medya 30
2.3.1.İdeal Bedenin Tasarlanmasında Sosyal Medya 32
2.3.2. Sosyal Medya Araçları ve Uygulamaları 36
2.3.3. Sosyal Medyanın Post Modern Dönemde Yansıması 43
3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ 46
3.1. Araştırmanın Konusu 46
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi 48
3.3. Araştırmanın Tekniği 49
3.4. Araştırmanın Varsayımları 50
3.5. Araştırmanın Sınırlılığı 50
3.6. Araştırmanın Analizi 50
4. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME 52
4.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri 52

4.2. Katılımcıların Kilo ve Obezite Deneyimleri.....55
4.2.1.Katılımcıların Kilo ve İdeal Beden Yönünden Kendini Değerlendirmesi .55
4.2.2. Katılımcıların Beslenme Deneyimleri.....59
4.2.3.Katılımcıların Sağlık Problemleri.....61
4.3.Kilonun Sosyal Çevrede Etkisi ve Toplumsallaşma 63
4.3.1. Katılımcıların Ailesel Yaşantıları 64
4.3.2. Katılımcıların Akran Çevresi Yaşantısı 66
4.3.3. Katılımcıların İlişki Yaşantıları 69
4.3.4 Katılımcıların Kamusal Hayattaki Yaşantıları.....72
4.4. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımına Dair Bilgiler.....76
4.4.1.Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Uygulamaları 76
4.4.2.Katılımcıların Sosyal Medyada Yer Alan; Ünlü / Fenomen / İnfluencerlerden Etkilenmesi 78
4.4.3. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımında Tüketim Davranışları.....82
4.4.4. Sosyal Medya da Temsil Edilen İdeal Beden ve Katılımcıların Düşünceleri.....84
5. SONUÇ 88
KAYNAKÇA 101
EKLER.....117
ÖZGEÇMİŞ.....122

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım Postmodern Dönemde İdeal Beden İnşaasında Sosyal Medyanın Etkisine Yönelik Bir Araştırma adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlanmasına kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

…/…2023
İmza
Beyza Melike İLTER

TEZ KABUL VE ONAY

ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Beyza Melike İLTER tarafından hazırlanan *Post Modern Dönemde İdeal Beden İnşaasında Sosyal Medyanın Etkisine Yönelik Bir Araştırma* başlıklı bu çalışma, *05/05/2023* tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonucunda *oybirliğiyle* başarılı bulunarak jürimiz *tarafından Sosyoloji* Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

TEZ JÜRİSİ ÜYELERİ (Unvanı, Adı ve Soyadı)

Danışman : (Dr. Öğr. Üyesi Fatma Ceyda Baş) İmza: ……..

Üye : (Prof. Dr. Zuhal Yonca Odabaş) İmza: ……..

Üye : (Dr. Öğr.Üyesi Zeynep Tekin Babuç) İmza: ……..

ONAY

Bu Tez, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun 24/04/2023 tarih ve 2023/19-03-B sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Coşkun POLAT

Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

İçinde yaşadığımız dünyanın küçücük bir parçasında yer almamız ile bulunduğumuz toplumu inceleme şansını sürekli yakalamaktayız. Toplumu geçmişten günümüze doğru incelediğimizde düşüncelerin ve algıların yıkılıp, yıkılıp yeniden inşa edildiğini görmemek imkânsızdır. Değişen algılara göre toplumsal varlıklar yani insanlarda hem düşüncelerinde hem de en nesnel parçaları, bedenlerinde değişimler yapmanın doğru bir davranış olabileceğinin bilincine ulaşmışlardır. Bireye uygulanan birtakım müdahaleler ile algılar oluşmuş ve bedenler inşa edilmeye başlanmıştır. Beden inşası kozmetik, estetik, tıp, diyet, vb. çeşitli alanlar üzerinden gerçekleşmektedir. Toplumsal aktörlerin normlaşan bedensel görüntüye sahip olmaması bireyin psikososyal yaşamını derinden etkilemektedir. Bu çalışmada post modern dönemin getirmiş olduğu özellikler kapsamında ideal bedenin inşa edilmesinde sosyal medyanın nasıl bir etkisi olduğu araştırılmıştır. Post modern dönem, tüketimin yaygınlık kazanması ile bedenler toplumda sembolik bir anlam barındırmaya başlamıştır dolayısıyla bireyler toplumun istediği biçimde tasarlanmaya uğramıştır. Bu duruma sosyal medyanın imkânları ve yayılmacı gücü eklendiği zaman bedeni inşam etme durumu kaçınılmaz olmuştur. Toplumdan soyutlanmak ve dışlanmak istemeyen birey ihtiyacına göre ideal beden inşasına yönelmiştir. Bu düşüncelerden dolayı birtakım görüşmeler yapılarak bu tez çalışması hazırlanmıştır. Çalışmaya başlamadan önce elbette alan bilgilerine bilgilerine sahip olmam gerekiyordu. Öncelikle tezimin başlangıcından sonucuna kadar tüm tecrübesini ve deneyimlerini benimle paylaşan ve tezimi en iyi biçimde hazırlamam için bana destek olan çok değerli danışman hocam *Dr. Öğr. Üyesi Fatma Ceyda BAŞ' a* en büyük teşekkürlerimi iletiyorum. Sosyoloji serüvenimin başlamasında gerek lisans eğitimimde gerekse yüksek lisans eğitimim de üzerimde emeği olan tüm Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyoloji Bölümü hocalarıma teşekkürümü borç bilirim. Maddi ve manevi olarak benden desteğini ve sevgisini esirgemeyen sevgili babama, her zaman sevgisi ile yanımda olan ve sürekli eğitimim için en iyisini başarabilmemi benden daha çok isteyen canım anneme, her zaman bana örnek olan yol gösteren ablama ve ağabeyime çok teşekkür ediyorum.

…/…/2023
Beyza Melike İLTER

ÖZET

Tezin Başlığı: Post Modern Dönemde İdeal Beden İnşaasında Sosyal Medyanın Etkisine Yönelik Bir Araştırma

Tezin Yazarı: Beyza Melike İLTER

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Fatma Ceyda BAŞ

Anabilim Dalı : Sosyoloji

Tezin Türü: Yüksek Lisans

Kabul Tarihi:

Post modern dönem de benlik kavramı bir değer kazanmıştır. Benlik kavramının değer kazanması ile bedene yönelik gelişmeler de toplumda öne çıkmaya başlamıştır. Post modern dönemden önceki dönemler de beden, bu derece birey ve toplum tarafından kontrol altına alınmamaktadır. Toplumun benimsemiş olduğu bu tutum ile birey bedenini kontrol etmeyi bir sosyal norm olarak, hafızasına endekslemiştir. Bireyin uğramış olduğu bu değişim ile bedeni düzenlemeye yönelik yapılan tüm uygulamalar, post modern dönemde istek değil ihtiyaç olarak algılanmaya başlanmıştır. Post modern dönem de toplumun yaygınlaştırmış olduğu beden ölçülerine ve güzellik algısına uyum sağlamak aktörlerin yani bireylerin toplumdaki konumunu belirlemesin de bireye yardım etmektedir. Post modern dönemde ince olmak, zayıf olmak, kaslı olmak, şekilli ve yağsız bir bedene sahip olmak sosyal medyanın da yaygınlaştırmış olduğu düşünceler ve görseller sayesinde, birçok pozitif niteliği barındırmaya başlamıştır. Dolayısıyla bireylerde ideal bedene ulaşmak için kilo verme çabalarıda görülebilmektedir kilo vermek sadece şişman bireylerin değil sağlıklı bir kiloda olan kesimdende büyük bir bir ilgi görmektedir. İdeal beden yaratma eylemelerinde sosyal medyanın yaygınlaştırıcı etkisi olduğu düşünülerek bu çalışma planlanmıştır. Bu çalışmada 18 yaş üstü sosyal medya kullanıcısı bireylere ideal bedenin ve sosyal medya kullanımının anlamlandırılmasına yönelik sorular sorulmuştur. Nitel bir yöntemle yapılmış bu çalışmada ideal bedeni kilo durumu üzerinden değerlendirilebilecek sorular yönlendirilmiştir. Böylece bireylerin bedensel ve ideal beden tanımlamalarına, kilo deneyimlerine, sosyal hayatta geçirdikleri deneyimlerine, sosyal medya kullanımı sırasında; ürünlerden, tüketim pratiklerinden, feneomenlerden, ınfluencerlerden yada ünlülerden etkilenme durumları açığa çıkartılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Beden Sosyolojisi, Postmodern Dönem, Sosyal Medya

ABSTRACT

Author of the Thesis: Beyza Melike ILTER

Title of the Thesis: A Research on the Influence of Social Media on Ideal Body Building in the Post-Modern Period

Consultant: Dr. Teach Member Fatma Ceyda BAŞ

Department : Sociology

Type of Thesis: Master's Degree

Date of Admission:

In the post-modern period, the concept of self has gained a value. With the appreciation of the self-concept, developments related to the body have also started to stand out in society. In the periods before the post-modern period, the body is not controlled to this degree by the individual and society. With this attitude adopted by society, the individual has indexed controlling his body to his memory as a social norm. With this change that the individual has undergone, all the practices aimed at regulating the body have started to be perceived as a need, not a desire, in the post-modern period. In the post-modern period, adapting to the body measurements and perception of beauty that society has spread helps the individual, even though it does not determine the position of actors, that is, individuals in society. In the post-modern era, being thin, being thin, being muscular, having a shaped and lean body has started to contain many positive qualities thanks to the thoughts and visuals that social media has also spread. Therefore, it can be seen that individuals are trying to lose weight to achieve the ideal body. Losing weight is of great interest not only to fat individuals, but also to those who are at a healthy weight. This study was planned considering that social media has a spreading effect on ideal body creation actions. In this study, social media users over the age of 18 were asked questions to make sense of the ideal body and social media use. In this study, which was conducted by a qualitative method, the questions that can be evaluated on the ideal body weight status were directed. Thus, individuals' physical and ideal body descriptions, weight experiences, social life experiences, social media use during the use of products, consumption practices, pheneomen, influencers or celebrities have been exposed to the situations of influence.

Keywords: Sociology of the Body, Postmodern Period, Social Media

KISALTMALAR

akt. Aktaran

BAB Beden Algı Bozukluğu

BKİ Beden Kitle İndeksi

cm Santimetre

çev. Çeviren

DSÖ Dünya Sağlık Örgütü

edt. Editör

IGBIntragastrik Balon

kğKilo

OSAS Obstrüktif Uyku Apnesi Sendromu

TÜİK Türkiye İstatistik Kurumu

vb. Ve Benzeri

vd. Ve Diğerleri

VDB Vücut Disformik Bozukluğu

ve ark. Ve Arkadaşı

vs. Ve Saire

TABLO LİSTESİ

Tablo No: Sayfa

Tablo 4.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri …….52

1. GİRİŞ

Beden insanın en nesnel ve en göze çarpan parçasıdır. Genel olarak baş, kol, bacak ve gövdeden ibarettir. Başta tıp, sağlık gibi alanlarda incelenen beden kavramı zamanla felsefe, biyoloji, edebiyat, güzel sanatlar gibi birçok alanda araştırılarak, ilgi odağı olmayı başaran bir kavram olmuştur. Marcel Mauss (1872-1950), Antropoli biliminin kuruculuğunu yaparak, bedenin kültürel incelemesini yapmış böylece bedene sosyolojik yaklaşma fikrini öne sürmüştür (Tunçbilek,2020:499). Giderek inceleme alanı genişleyen, beden sosyal açıdan da bir önem arz etmeye başlamıştır. Küreselleşmenin yayılma hızı ile beden üzerinden birçok görüş, söylem, algı, müdahale gibi olgular yaygınlık göstermiştir. Post modern dönemde ise yaşanılan hayattan zevk alma, mutluk, hazcılık gibi bedenin özgürleşmesi ve sekülerleşmesi ile bedenler istenilen düzeyde, toplumun kabul edeceği bir biçimde inşa edilmekte yada onarılmaktadır. Beden benliğin gösterime çıkmış olduğu toplumda, sosyalleşme sürecinde bir araç olmuştur. Bu yüzden beden için yapılan onarımlarda bireyin tercihinden çok toplumun tercihi baz alınmaktadır. Toplumsal varlık olan insan bedeni ile toplumda cinsiyetini, kimliğini, rolünü ve statüsünü göstermektedir. İdeal beden, ideal vücut gibi kavramlara başlarda kadınlar maruz kalırken günümüzde kadın- erkek ayrımı olmaksızın her bireyin maruz kaldığı görülmektedir. Cinsiyet ayırmaksızın bedenler (moda- estetik- diyet- alternatif yöntemler- cerrahi tedaviler) gibi çeşitli müdahale yollarında çözüm aramaktadırlar. Bedenler bazen kişisel bir istekle değişime uğrasada çoğu zaman toplumsal bir gruba ait olmanın gerekçesi ile toplumdan öğrendikleri üzerinden beden inşaa eylemlerine yönlenmektedir. Bireyin ait olduğu kimlik beden üzerinde görünür olmakta ve etkili olmaktadır. Birey fiziksel görüntüsündeki doğallığı reddetmekte ve görüntüsünü düzenlemeye yönelimi olan bir varlıktır (Reischer ve Koo, 2004: 297). Bedenin düzenlenmesiyle ilgili tüm anlayışlar aktörler tarafından yaratılmakta ve mevcut toplum yapısının beğenisine sunulmaktadır. Dolayısıyla ideal bir görünüme sahip olmak nesnel bir gerçekliğe yansımasından kaynaklı, bireylere varlıksal bir güven vermektedir. Günümüzde ideal bedenin betimlenmesi ve yayılması sosyal medya mecraları üzerinden gerçekleşmektedir. Medya güzel, seksi, uzun, estetikli, kaslı, yakışıklı beden görüntülerini yaygınlaştırarak ideal bedeni bir toplumsal norm olarak gösterime sunmaktadır. Böylece bireylerin ideal olarak simgeleştirilen betimlemelere benzeme isteği artmaktadır. Birey bedenini inşaa etmediği sürece kendisini gerek psikolojik

gerekse sosyal açıdan yetersiz olarak görmektedir. Bunun sebebi ise ideal görüntüye sahip olanların dışlayıcı ve ötekileştirici tutumlarıyla birlikte sosyal medyanın etkileyiciliği olarak düşünülmektedir. Beden inşa etme eylemleri çeşitli biçimlerde gerçekleşmektedir bunlar; estetik, makyaj, beslenme rejimleri, ameliyat, spor, vb. biçimlerde olmaktadır. İdeal beden inşa etme yöntemlerinin gelişmesi ile günümüzde bu görüntülere sahip olmamak toplum tarafından eleştiriye maruz kalmaktadır. Bu düşüncelerden dolayı obeziteye, şişmanlığa yada alınan birkaç kiloya hemen müdahale edilmektedir. Çünkü Bedensel görüntü toplumda bireyin tanınmasında büyük bir işleve sahip olmuştur.

Featherstone'nun (2005: 47) ifade ettiği gibi, ''*bir kimsenin kökenlerini ve hayatının yörüngesini ifşa eden eğilim işaretleri ve sınıflandırma şemaları vücut şeklinde, ölçüsünde, kilosunda, duruşunda, yürüyüşünde, hal ve tavırlarında, ses tonunda ve konuşmasında üslubunda ve bedeninden duyduğu huzurda ya da huzursuzlukta belirgindir''*. Bu görüş ile bedenin toplumda, içinde bulunduğu kültürde ne kadar önemli ve göstergesel bir işlevi olduğunun farkına varılmaktadır. Post modern dönemle beraber tüketim kültürü ve neoliberal politikalar bedenin değiştirilmesi gerektiğinin mesajını vermektedir. Güzelliğin, estetiğin ve hazzın hakim olduğunu yaygınlaştıran algılar sayesinde, bedenlere yönelik inşaları gerçekleştirmek amacıyla harekete geçilmiştir. (Bourdieu, 2016: 132). Yapılacak olan bu çalışmada post modern dönemde, beden onarımının yada inşa etmenin toplumsal bir yasa ve norm haline gelmesiyle beraber, bireylerin bedenlerine yaklaşımlarına kilo üzerinden değerlendirme yapılacaktır. Şişmanlığa karşı toplumsal hayatta çeşitli eleştiriler, lakaplar ve bireyi öteki konumuna düşürebilecek durumlar yaşanmaktadır. Bu sebeple öteki konumuna yerleşen birey doğal olarak kilo verme yollarına başvurmaktadır. Bununla beraber kilo verme yollarına birey, algıların üretmiş olduğu görüntüye sahip olmak amaçlıda yönelmektedir. Sosyal medyanın bireylerin yaşamına yerleşmesi ile ideal beden inşa etme durumlarında bir artış durumu olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmanın ikinci bölümü kavramsal ve kuramsal çerçeveyi oluşturmaktadır. Çalışmanın ana kavramlarını beden sosyolojisi, post modern dönem ve sosyal medya kavramları oluşturmaktadır. Bu kavramların açıklaması yapılırken; sosyolojide beden, beden sosyolojisinin kökeni ve sosyal inşacı yaklaşım üzerinden ideal beden inşası incelenmiştir. Ardından post modern dönem hakkında genel bilgiler, post modern dönemde beden, post modern dönemde ideal bedenin sosyal

inşaası, ve post modern dönemde obezitenin inşaası başlıkları altında incelemeler yapılmıştır. Post modern dönem hakkında gerekli bilgiler verildikten sonra sosyal medya kavramı, ideal bedenin tasarlanmasında sosyal medya, sosyal medya araçları, uygulamaları ve sosyal medyanın post modern dönemde yansıması üzerinden incelemeler yapılarak, ikinci bölüm sonlandırılmıştır. Üçüncü bölüm ise çalışmanın metodu hakkında bilgileri sunmaktadır. Dördüncü bölümde katılımcılardan elde edilen veriler, literatürlerlerden elde edilen bilgiler ve değerlendirmeler ile bulgular bölümü yer almaktadır. Bulgulardan sonra çalışmanın geneli kapsayacak biçimde sonuç ve önerilere yer verilerek çalışma sonlandırılmıştır.

2. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde konuyu kapasyacak biçimde kavramsal ve kuramsal bilgiler yer almaktadır. Çalışmanın ana kavramlarını ise beden sosyolojisi, sosyal medya ve postmodern dönem kavramları oluşturmaktadır.

2.1. Sosyolojide Beden

Beden olgusu gerek doğulu düşünürler gerekse batılı düşünürler tarafından ilgi konusu olmuştur. Bu ilgi devamında antropoloji, filoloji, karekteroloji, sosyoloji, psikoloji gibi alanlarada yansımıştır (Okumuş, 2009: 2). Bireyin sosyal bir varlık olarak toplumsal hayatta var olması beden kavramı üzerinden öne çıkmaktadır. Beden her zaman düşüncenin, araştırmanın, anlamanın ve yorumlamanın konusu olmayı başarmıştır. Bu durum sürekli aktif olan benliğin, beden hakkında eleştiriler yapmasını sağlamıştır.

1980'li yıllardan sonra bedenin sosyal bilimlerde çalışma konusu olarak tercih edilmesinde bir artış görülmüştür. Bu artış sosyoloji alanında mevcuttur, daha öncesinde sosyal bilimlerde pozitivist düşünce ve kartezyen felsefi akımının etkisi ile bilimsellik taşıyan daha genel ve makro konular tercih edilmiştir (Işık, 1998: 163). Beden sosyolojisi bireyi, bir madde yada cisim olarak ele almaktan çok daha geniş araştırma alanlarına sahiptir. Bedenin toplumsal hayattaki yerini gösteren çalışmaların çoğalması, bedenin araştırma konusunun sonu gelmeyeceğini göstermektedir. Beden kimlik, kültür, sağlık, tıp, spor, psikoloji... vs. her alanda çeşitli biçimlerde sosyolojik olarak anlamlandırılmaktadır.

Sosyolojide beden olgusu, toplum tarafından oluşturulan algılara göre bazen eleştirel bazen de bu algıları destekleyici kuramlar üzerinden, çeşitli yorumlar yapmaktadır. Beden algısı kavramının net bir tanımının yapılamaması, kesin ve nesnel bir özelliğe sahip olmaması ile ilişkilidir. Toplumsal değişimin ve dönüşümün etkisi ile beden algısı da değişimlere maruz kalmaktadır. Bu değişimde kültürün, iktidarın, söylemlerin, normların ve kabullerin etkisi elbette bulunmaktadır (Okumuş, 2009: 2-3).Beden sosyolojisi bireyin üzerinden yapılan bu söylemlerin ve kabullerin toplumsal etkilerini incelemektedir. Yani kavram, bireyin bedenini toplumsallaşma üzerinden ele alırken aynı zamanda düşüncelerin, ideolojilerin ve kurumların bedene neden veya nasıl bir amaçla müdahale ettiğinide inceleyen bir alandır.

Bedene müdahalenin sosyolojik olarak açıklaması ise bireyin toplumsal bir varlık olması üzerinden açıklanmaktadır. Çünkü birey toplumsal ve sosyal bir alana ilk olarak bedeni ile giriş yapmaktadır. Birey toplumda bir dışlanma, hor görülme yada kabulsüzlük ile karşılaşmamak için bedenine müdahale etmenin en doğru davranış olacağının farkındadır. Bedene müdahale etme yada bedeni inşa etme gibi bedeni değiştiren eylemler çeşitli biçimler de olmaktadır (estetik, diyet,spor, çeşitli alternatif tedaviler..) örnek olarak verilebilir.

Sosyolojide beden geniş bir perspektifte ele alınsa da, sosyal bilimlerde ki bilimsellik hedefi ile sosyolojinin kurucuları olarak tanımlanan klasik teorisyenler de kavram geri plana atılmaktadır. Sosyolojinin giderek yayılması ile alanda uzmanlaşmalar başlamıştır bu uzmanlaşmalar ile sosyoloji bilimi çeşitli dallara ayrılmıştır ekonomi, siyaset, din, aile vs. 1950'li yıllara gelindiğin de ise hastalıkların toplumsal sebepleri merak konusu olmaya başladığında, sağlık ve hastalık sosyolojisi meydana gelmiştir. Çalışmalar genişledikçe artık 80'lı yıllarda, klasik teorisyenlerin ihmal ettiği bedenin sosyolojide çalışılması ve araştırılması gereken bir konu olduğu anlaşılmıştır (Kaya, 2013: 118-119). Klasik teorisyenlerinin beden olgusunu ihmal ettiği aktarılsa da literatürlerde bu düşünceyi desteklemeyen fikirler bulunmaktadır. Shilling, (2007: 5)' de klasik dönem sosyoloji teorisyenlerinde bedenin tamamen göz ardı edilmediğini açıklamaktadır. Beden sosyolojisi literatürlerin de, klasik sosyolojide beden ve çağdaş sosyolojide beden olarak beden olgusu iki döneme ayrılarak kuramcıların düşüncelerine yer verilmektedir.

2.1.1. Klasik Teorisyenlere Göre Beden

Sosyoloji biliminin ortaya çıkması ile beraber sosyolojiye yönlenen teorisyenler ve diğer doğa bilimleri ile ilgilenenler arasında bir rakabet oluşmaya başlamıştır. Klasik sosyoloji döneminde önemli yeri olan; Auguste Comte, Durkheim, Karl Marx, Georg Simmel, Max Weber gibi dönemin teorisyenleri, bu süreçte hızla değişen kültürel, siyasal, ekonomik, teknolojik ve toplumsal değişmeleri bilimsel bir biçimde çözümlemeye yönelmiştir. Genel konulara yönelen bu kesim, daha ayrıntılı alanlara değinmeden çalışmalarına devam etmişlerdir. Bu dönem teorisyenlerine göre beden olgusu hakkında literatürlerde geçen bilgiler şu şekildedir;

Durkhim beden kavramını, Kartezyen düalizmin dayatmış olduğu ruh-beden ikilisinin parçası olarak tanımlamaktadır. İnsanın doğasının düalizmini ve diktomik ayrımını, *"The Elemantary Forms Of Religious Life"* adlı kitabında bütün yönleri ile incelemektedir. Durkheim eserde ruh ve beden ayrımını incelerken; ruhu bir kutsallık ile özdeşleştirirken, beden kavramını ise kutsallıktan uzak olarak nitelemektedir (Durkheim, 2005: 36). Durkheim buradaki diktomik durumla ilgili; bireysel ve toplumsal varlığımız arasındaki uyuşmazlığı meydana getirdiğini düşünmektedir (Shilling, 2005). İnsan; hazzı, dürtüleri, istekleri ve duygusal uyaranları bedeni ile algılayabilen bir varlıktır. Fakat bu bireysel isteklerin yanın da bireyin uyum sağlaması gereken bir toplum da bulunmaktadır. Durkheim bu ayrım üzerinden, bedenin bireysel ve toplumsal yönünü ortaya koymkatadır.

Max Weber 'in beden kavramına değindiği nokta; Proteston etiği üzerinden gerçekleşmektedir. Proteston etiğinde rasyonelleşme olgusu üzerinden açıklamalar yapılmaktadır ve ona göre beden rasyonelleşmenin karşısında yer almaktadır. Proteston ahlakına dayalı metinlerde ifade edilen, çilekeşlik ve rasyonel akılcı düşünce ile planlı ekonomik anlayış üzerinden beden kavramına değinmeler görülmektedir (Çil,2017: 459). Bu sebeple tıpkı Durkheim'de olduğu gibi beden için yapılan zevk ve sefa getirici hususlar burada da kınanmaktadır. Örneğin; lezzetli yemekler, çok uyku, aç gözlülük ve cinsel açıdan iştahlı olmak vb. eylemler.

Karl Marx'ın sosyoloji anlayışında sınıf teorisi bulunmaktadır ve bu teori üzerinden beden kavramını açıklamaktadır. Sınıf ayrımı kapitalistler ve ploreterya olarak ayrılmaktadır. Kapitalistlerin teknolojinin yeniliği ile birlikte üretim araçlarına sahip olması fabrika sahiplerini güçlü bir konuma getirmektedir. Fabrikalarda çalışan işçi sınıfı ise yaşam şartlarının getirisiyle beraber emeklerini pazarlamaktadır. Potansiyellerinin dışında üretim yapan ploreterya sınıfı kapitalistlerin isteğine göre üretim yapmaktadır. Bu durum sonun da ise, "yabancılaşma" olgusu ortaya çıkmaktadır. Beden onun yazılarında tüketilen bir olgu olarak ifade edilmektedir (Marx, 2003: 343). Marx kökenli görüşlerde, kullanılan görsellerde işçilerin kaslı, genç, canlı, ve dinamik görüntüleri işçi bedenlerinin araçsallaştırıldığını ve nesneleştirildiğini gösterirken Marx'ın çalışmaları aynı zamanda arz ve talep durumunda da bedenin işlevselliğini ortaya çıkarmaktadır.

Bu dönemin teorisyenlerden biriside, George Simmel'dir. Simmel bu dönemdekilerden farklı olarak ekonomi, siyaset, kamu ve sembolik düzen ile

ilgilenmemiştir. Sosyal hayatta bireyler arası kurulan iletişimlere ve etkileşimlere odaklanarak alana katkılarını sunmuştur. Beden olgusuna değinmesi de ilgi alanı ile paralellik göstererek toplumsal etkileşimin ve kültürel formların üretkenliği üzerinden yerine getirilmiştir (Shilling, 2005: 30). Simmel, toplumsal alanlarda duyu organlarının önemini vurgulayarak beden kavramına değinmektedir. Gözler üzerinden bu durum örneklendirilirse; Simmel'e göre bir kişi karşısındakinin açığını çıkarmak için göz gezdirirse, gerçekte kendi açığını ortaya çıkarmış olur. Karşılıklı bakışmak ise, sosyal diyalogların yapılmadığını ifade ederken bir taraftan da diyalogların başlayacağının habercisi niteliğindedir (Çil, 2017: 454). Simmel diğer klasik dönem teorisyenlerine göre bedenin toplumsallaşmada gayet üretici özelliği olduğunun farkına varmıştır.

Evrimci teorisyen Spancer'in biyoloji üzerinden sosyolojik açıklamalarının olması, beden hakkında düşüncelerinin olduğunun göstergesidir. Spancer toplumu insan organizması ile ilişkilendirerek çıkarımlarda bulunmaktadır (Canatan, 2016: 27). İnsan organizması ve toplumu ortak olarak benzettiği nokta, her ikisinin de sınırsız bir şekilde büyümesidir bunun yanı sıra yapısal ve görevsel olarak bireyin organizması ve toplumun arasında bir takım faklılıklar olabileceğinide anlatmaktadır. Sonuç olarak klasik sosyolojide beden olgusu doğrudan değil ama dolaylı olarak çalışmalara dahil olmuştur. Beden daha bireysel ve mikro bir olguyu ifade etmesinden kaynaklı olarak yeni bir bilim olan, sosyoloji de başlarda gözden kaçan bir konu olmuştur. Sosyolojinin ortaya çıktığı dönemlerde teorisyenler bedenin bireysel bir yön olduğunu düşünmüşlerdir, bu yüzden aile, din, ekonomi, toplumsal sınıf gibi makro konuların araştırılması ve değerlendirilmesinin sosyolojinin bilimselleşmesi için daha uygun bulmuşlardır.

2.1.2.Çağdaş Teorisyenlere Göre Beden

Çağdaş dönem teorisyenleri, klasik dönem teorisyenlerinden farklı olarak mikro kavramları çalışma konusu olarak ele almaktadır. Kurumlardan ve genellik içeren kavramlardan uzaklaşılarak bireysellik ve ayrıntılılık içeren kavramlara yönelim başlamıştır. Toplumu oluşturan insan bedenini ayrıntılı olarak incelemek bu dönemde, bedenin çeşitli açılardan ele alınmasını sağlamıştır. Çağdaş dönem kuramcıları, klasik dönemde temeli atılan konuların genişletilmiş bir çerçevede değerlendirmesini yapmışlardır. Bu durum sağlığın, hastalığın ve bedenin

toplumsallaşmasında hızlanmaları getirmiştir. Çağdaş sosyoloji geleneğinde klasik sosyoloji döneminin aksine beden olgusu kuramcılar üzerinde ilgi ve merak uyandırmış dolayısıyla ayrıntılı bir biçimde değerlendirilmiştir. Bu dönemin teorisyenlerinin fikirleri şu şekildedir;

Foucault'un çalışmalarında yer alan, söylem kavramını çeşitli konular ile ilişkilendirilmektedir. Devamında söyleme eşlik eden bir diğer kavram ise iktidar olgusu olmuştur. Söylem olgusu, iktidar- özne ve ardından iktidar - beden ilişkilerine değinmelere başlamıştır. Foucault'a göre özne iktidar ile kurulan ilişkilerden üremiş ve kurulan ilişkiler sonunda değişime uğramaktadır (Akgündüz Özdemir, 2013: 4). Bu değişim öznenin bağımsızlığını değil aksine, iktidarın özne üzerinde kurduğu tahakkümü anlatmaktadır. İktidar ve özne birbirine bağlı iki kavramdır. İktidarın özne üzerinde kurduğu bu baskı bedenin kontrol edilmesinin şartını anlatmaktadır. Başka bir çıkarılacak anlam ise, bedenin onaylanması ve normalin dışına çıkmaması için söylemsel pratik ve iktidarın ilişkisinin önemi üzerinedir. Foucault, doğruları üretenin ve farklı kuramları içerisine alan olarak, iktidarı göstermektedir. Foucault'un iktidar tanımına göre, kavram bir kişiselliği yada toplumsal bir kurumu ifade etmez. Çünkü iktidar istediği zaman istediği yerde bulunmaktadır, en göze çarpan özelliği ise karmaşık olmasının yanında ikna ediciliği ve inandırıcılığıdır (Foucault, 2007: 72-118). Başardığı bu inandırıcılık iktidar olgusunda, otoriteye karşı saygı, inanmışlık ve ikna olma durumları olarak görülmektedir. Yani üretilen söylemler, güç ve bilgi olarak iktidara dönüşmekte ve toplumda kurulan tüm ilişkilerde gücünü göstermektedir. Bu durum insanlar arasında söz konusu olan söylemlerin, kurtuluş yolu olduğuna dair inancı arttırarak toplumun denetiminin sağlanması düşüncesini oluşturmuştur. Dönüşmüş olan yeni iktidar biçimi eski düzende var olan iktidar gibi, kamusal ve toplumsal alanlarda cezaları bedensel olarak uygulayan otorite değil; hayatın bütün olarak disiplin eden ve bu disiplini üreten öznenin failliği çevresinde yöneten, her yerde gözü olan bir anonim otoritedir. İktidara atfedilen bu otoritenin yada gücün; hazzı, zevki, duyumları iptal ederek bedeni yok etme gibi durumlar kesinlikle iktidarın hedefleri arasında yoktur. İktidarın prensip edinmiş olduğu amaç, düzene baş kaldırmayan, itaatkar, otoriteye karşı boyun eğen ve aykırılıktan uzak denetlenmeye ve gözetime tabii bireyler yetiştirmektir. Foucault 'un düşüncesine göre, bu iktidar biçimi 17.yüzyıldan beri belirli biçimlerde ortaya çıkmıştır. Bunlar

ise; önce bedenin bir makine betimlemesiyle olmuştur (Foucault, 2007: 102-103). Bunun ardından Foucault'un bahsettiği diğer iktidar gösterimi ise, bedenin canlılığı ve biyolojik özelliği üzerinden açıklanmaktadır. 18.yüzyılın ortalarında ortaya atılan bu iktidar biçiminde; doğum, ölüm, bolluk, sağlık ve hastalık gibi yaşamsal süreçler önem kazanmıştır. Bu süreçlerin kontrolü için bir takım müdahaleler çözüm olarak görülmüştür. Bu iktidar biçiminde Foucault'un, nüfus kavramı üzerinden açıklamalarda bulunduğu görülmektedir. Yaşanan bu değişim nüfusun biyo-politikası olarak adlandırılmıştır. Foucault iktidarın mevcut iki kutbu olduğunu söyler bunlar, nüfus politikaları ve beden disiplinleridir. Foucault'un düşüncelerinde öznenin de en az iktidar kadar önemli olduğu bilinmektedir. Bireylerin bireysellikten ve kişisellikten uzaklaştırılıp, özneye oradan da kişilerin nesneleşmeye dönüşümü olmuştur. Bu dönüşüm çeşitli şekillerde olmaktadır. Bunlardan birincisi filoloji üzerinden yani dil üzerinden nesneleştirme, bir diğeri ise bireyin kendi dünyasında kendisini nesneleştirmesi ve en sonuncusu da ayrıştırıcı ve bölücü nesneleştirmedir. En sonuncu nesneleştirme insanın kendisini diğer insanlardan ayrıştırması yada öznenin diğerleri tarafından ayrıştırılması ile olmaktadır. Foucault son olarak ifade ettiği nesneleştirme biçimini çoğu çalışmasında kullanmıştır; deliler, suçlular ve hastalıklı olanlar (sağlıklı olmayanlar) (Foucault, 2006: 58). İktidar, mevcut gücünü ve otoritesini beden üzerinde göstermeyi kendisi seçmiştir. Beden üzerinde kurduğu bu güç ile kendisini görünmezlik derdinden kurtarabileceğine inanmaktadır. Foucault (2000) *"Hapishanenin doğuşu"* isimli önemli eserinde, iktidarın bedeni maruz bıraktığı cezalar ve ibadetler ile yapılan işkenceleri kaleme almaktadır. Eserde baskının olduğu ortamlarda, hapishaneler, akıl hastaneleri ve okullarda bulunan normalin dışında kalan bedenlerin uysallaştırılması ve normal kabul edilenlere uyulmasının gerekliliği anlatılmaktadır. Deli veya başka bir şekilde isimlerle sıfatlandırılan bölünen nesne haline gelen özneler iktidarın belirlediği kurallar ile kabul gören normallere göre eylemlere yönelmiştir.

Her ne kadar normlardan ve baskılardan bahsedilse de iktidarın özgürlüğe de ayırdığı bir alan vardır. İktidarın oluşturduğu bu kurallarda boşluk bırakması ve bu boşluklarda özneye tanınmış özgürlüğün açıklamasıdır. Ama bu boşluğu bırakmanın temelinde özneye verilen değer değil, iktidarın kendi varlığını yok etmemek hedefi mevcuttur (Güneş Demir, 2015: 61). Özgürlük için bırakılan bu boşluklarda özne aykırılığa yönelecek toplumda sapmalar oluşabilecek ve böylece iktidar da kendi

yarattığı normalini giderek meşru hale getirecektir. Bu meşru durum bedenin sınırlarını genişletmesine sebep olmaktadır. Bedenin biyoloji, sağlık gibi alanlardan uzaklaşarak toplumsal bir düzlemde ele alınması beden kavramına modern bir biçimde yaklaşıldığınıda kanıtlamaktadır. Foucault bu yaklaşımın oluşturulmasında önemli bir yer edinmiştir. Oldukça geniş bir pencereden bedeni analiz etmektedir ve Foucault 'a göre beden, "olayların kaydolma yeridir" (Foucault, 2000: 238; Akt. Arpacı, 2016: 81). Tarih boyunca yaşanan durumların ve olayların bedene yansıması yaşanan dönüşümlerde bedenin üzerinden betimlenebileceğini doğrulamaktadır. Yaşanan tüm toplumsal ilerlemeler ve gerilemeler ile bedenlerde değişim yapmanın kaçınılmaz olduğunu ifade etmektedir. Bu değişimler dönemlerde bedensel görünümün farklı yorumlanması ile açıklanabilir. Bu dönüşüm sadece beden algısında değil, beden üzerinde yapılan baskılara da yansımıştır. Bedenin maruz kaldığı işkenceler büyük kapatılmalar ile oluyorken modern dönemde dışarıya kapatılma olarak değişim yaşamıştır (Kalan, 2014: 145). Foucault bu değişim dönemini biyo-politika ile özdeşleştirmiştir. Biyo-politika kavramı, iktidarın dönüşümüdür, iktidarda anlatılan bedenin cezalandırılması, dönüştüğü kavram da bedenin disiplin altına alınmasını ifade etmektedir. Yani biyo-politikanın beden hakkındaki yorumları sosyal ortamlarda benimsenerek, bireyin beden inşasına yönelmesine sebep olmaktadır.

Bourdieu'nun sosyolojisi değerlendirildiği zaman, bedeni içinde yer aldığı sosyal, toplumsal ve kültürel alanlarda incelediği görülmektedir. Bourdieu sosyoloji literatüründe "habitus" kavramı ile tanınmaktadır. Habitus beden sosyolojisi kapsamında toplumsal ve kültürel kazanımın ve birikimin bedensel içerikte yer bulmasıdır. Bourdieu için, beden sürekli hareket halinde olan durağanlıktan uzak dinamik bir yapıdır. Toplumu oluşturan her sınıfta ve her tabakada kendisine yer bulabilecek aktif bir yeteneğe sahiptir (Demez, 2009: 17-18). Sınıfsal bir habitatı anlatan habitus kavramı, bulunulan sınıfa ve alana göre kültürel yatkınlıkları ve edimleri oluşturmaktadır. Sınıflar tarafından oluşturulan bu kültürel yatkınlıklar eşitsizliği ve tabakalaşmayı kaçınılmaz bir biçime getirmiştir. Sınıfsal bir yapıya sahip olması ile çeşitli sosyal gruplaşmaların oluşmasına ortam hazırlamaktadır.

Bourdieu için, dünyada genel kabul edişler ve bireylerin öznel deneyimleri bedende buluşarak bir araya gelebiliyordu. Bu birliktelik kişinin sosyal hayatı tanımasına ve

anlayıp yorumlamasına imkan sağlamıştır. Toplumu habitus olarak niteleyen birey, bedensel potansiyellerini eylemlere aktarmaya koyulmuştur. Beden ve habitatın bu ilişkisi devamında eleştirileri de oluşturmuştur (Koytak, 2012: 90-95). Bulunulan toplumsal sınıfa göre eylemlerde bulunmak kişinin yaratıcılığına ve üretkenliğine belirli sınırlar çizmesine sebep olmuştur. Bireyi bulunduğu sınıfsal alana göre konumlandıran Bourdieu, insanların topluma sıkışıp kalmasına ve bireyin topluma sadece bulunduğu ortamdan bakmasına imkan tanımaktadır. Bourdieu da tıpkı Foucault gibi iktidarın toplumsallaşmanın olduğu her yerde mevcut olduğunu düşünmektedir. Zevke ve hazza sığınan iktidar, bu kavramları temel ihtiyaç haline getirerek bir şekilde varlığını sürekli pekiştirmektedir (Kalan, 2014: 144). Bourdieu sınıfsal tabakalaşmanın beden algısı konusunda farklılıkların oluşmasına zemin hazırladığını düşünmektedir (Tekin, 2015: 90- 93). Örneğin kapitalizmin egemen olduğu bir sınıf yapısında kadınlar sürekli bir denetimin ve kontrolün altında olduğunu düşünerek kendi bedenlerine yabancılaşarak müdahalelere başvurmaktadır. Bedene müdahale eyleminde bireyin bulunduğu sosyal konumun büyük bir etkisi mevcuttur.

Kültürel düşünceleri ile önemli bir konum edinen kıymetli düşünür, Norbet Elias'ın beden ve kültür ilişkisi üzerine düşünceleri elbette mevcuttur. Elias, 19. yüzyıla kadar batı topluluklarının uygarlaşma çabalarını incelemiştir. Bir toplumun ilerlemesi, gelişmesi ve uygarlık seviyesine yükselmesi ona göre hiçbir zaman son bulmamaktadır. Burada kullanmış olduğu sonsuzluk beden değişiminde de mevcuttur, bedensel değişimde tıpkı uygarlık seviyesindeki gibi sürekli dönüşmekte ve yükselmektedir ve hiçbir zaman sonu gelmeyecektir. Bedenin ilişkisini toplumların uygarlık seviyesi ile ilişkilendiren Elias' ın bu düşüncesi Bourdieu'nun habitus kavramı ile benzerlik göstermektedir. Çünkü Bourdieu için beden değişimi sosyal sınıflara göre oluşmaktadır sınıflar değiştikçe bedensel görünümler de değişmektedir. Bireylerin jest ve mimikleri, yeme ve içme alışkanlıkları ve bedensel görünüm değişiklikleri uygarlaşma ile doğru orantılı olarak değişime uğramaktadır (Nazlı, 2009: 62). Her iki teorisyen de çalışmalarında,toplumsal değişimler ve dönüşümlerde statü, kültür ve toplumsal sınıf kavramlarına değinmektedir.

Beden sosyolojisi literatüründe en önemli kaynaklar arasında yer alan ,*"Beden ve Toplum"* eserinin yazarı ; Bryan Turner'in beden sosyolojisi ile yakından ilgilendiğini

söylemek doğru olacaktır. Sosyolojide bedenin doğasını araştıran Turner, bireyin bedenleşmesinin üzerinde durarak; bedenin toplumsal ilişkilerini, bedenin toplumsal gösterimini, bedenin sosyal hayattaki görselliğini ve beden hakkındaki söylemleri atfetmesiyle beden, kültür ve toplum ayrılmazlığı etkileşimini, beden sosyolojisinin inceleme merkezine yerleştirmiştir. Beden sosyolojisi gündelik hayatın akışını yorumlamak için oldukça önemli bir bilimdir. Bununla birlikte sosyoloji insan eylemlerinin bilimi olarak değerlendirildiğin de beden kavramının birçok kuramcı tarafından incelenmesi bu kavramı önemli ve öncelikli duruma getirilmesine imkan tanımıştır. Birçok durumda beden dili eylemler, duruş, bakış, beden üzerindeki objeler, kişilerin söylediklerinden daha önemli sonuçlar vermektedir. Sözsüz ifadeler sosyal eylem kuramıyla ilişkili kimlik, toplumsal cinsiyet, duygular ve hisler eylem teorilerinin yönlendiricisi ve dayanağı olmuştur ama beden sosyolojisi ile açıklanması sözsüz davranışların daha objektif yorumlanmasına zemin oluşturmaktadır. Beden sosyolojisi medikal sosyolojiden destek almakla birlikte medikal sosyolojiyi eleştirmektedir. Sosyologlar bedenin mekanikleşmesini kabul etmezler ve medikal sosyolojide bu yönde hareket ederek hastalığı bozuk bir makine gibi ele almaları konusunda, sosyologlar tarafından eleştirilmektedir. Medikal sosyolojiye gelen eleştiri, hastalıkların altında yatan psikolojik ve sosyal nedenlerin ele almamasıdır (Kaderli, 2020: 188-189). Medikal sosyoloji, hastalıkta objektif tanı ve tedavi kriterlerine odaklanmaktadır bu yüzden bireysel yaklaşım sergilememektedir. Dolayısı ile beden sosyolojisi daha fenomonolojik açıklamalarda bulunarak daha kültürel bir şekilde davranış benimsemektedir. Turner, gündelik yaşam ile bedenin sürekli iletişim halinde olduğunu ifade etmiştir. Bu karşılıklı iletişimde anormal durumlar yaşanmaması adına, bedenin analizi yapılması ve çıkarımlarda bulunulması gerektiğini düşünmektedir. Turner, bedenin analizinin iki şekilde yapılması gerektiğini ifade etmiştir bunlar; iç beden ve dış beden olarak ayrılmaktadır. İç beden insanın ruhunu temsil eder ve sürekli olarak insanın iç bedeninin yani ruhunun bir kontrol ve denetim altına alınması savunurken, diğer dış beden de ise modernleşen toplumda tüketimin gerçekleşebileceği hedef noktası olarak nitelemiştir (Timurtürkan, 2013: 240). Analizinde açıkladığı bu kavramlara bakıldığında, iç beden olgusu psikolojik çalışmalar kapsamında incelenirken, dış beden olgusu ise sosyoloji kapsamın da ele alınmaktadır. Sosyoloji kapsamın da bedene yaklaşmak ; bedene müdahale etmek, bedeni yeniden inşa etmek yada bedeni

kontrol altına almak gibi eylemeleri incelerken bir taraftan da toplumun kurduğu hakimiyetin etkisini araştırmaktadır. Turner 'ın beden yaklaşımı insanlığın varoluş tarihi ile yakından ilişkilidir. Orta çağdan beri bedenin denetiminde din kurumunun önemli bir rolü olduğu bilinmektedir. Bazı ritüeller ile bedenin kontrol altına alınması sağlanmaktadır, hukuk ise suçlu bedenin cezasını vererek kontrolü sağlamıştır ve tıp bedene farklı açılardan sınırlar sunarak kontrol altına almıştır. Orta çağda bedenin kontrolünde tek görevli olarak din kurumu kabul edilmekte iken, günümüzde ise dinin rolünü, tıp ve hukuk kurumları üstlenmiştir (Turner, 2011: 29-30). Turner'ın bu düşünceleri bedeni sürekli kontrol altına almanın, yeni bir durum olmadığının göstergesidir. Bu kontrol altına almada; cinsiyet, kültür, kimlik gibi fenomonolojik unsurlar hem etkilenmekte hem de etkilemektedir.

Sosyoloji literatüründe tüketim toplumunun temelini araştıran, Jean Baudriallard 'a göre beden, tüketimin hedefini gerçekleştirebildiği en uygun yerdir. Tüketimin pratiklerini aktif olarak yerine getiren beden, tüketicinin odak noktası haline gelmiştir. Modern toplum ve post modern toplum birbirine zıt düşüncelere sahiptir. Ancak bu zıt düşünceleri beden konusunda çok farklılık getirmemekte hatta birbirlerini takip etmektedir. Baudriallard'a göre toplumun en önemli göstergesi tüketimdir çünkü tüketim ile birey sosyal hayatında kendisine yer bulmaktadır. İnsanları mutluluğa ulaştıracak şeylerin bir ihtiyaç gibi sunulması tüketimin kabulüdür (Çubuklu 2007;Akt. Kanlıoğlu, 2012: 50-51). Baudrillard, J. "*Tüketim Toplumu (2017)."* isimli eserinde bedenin mantığında iki taşıyıcı rolün, mevcut olduğunu düşünmektedir. Bunlardan birincisi toplumsal örgütlenmedir; ortak anlaşma olan moda ile, beden belirli standartlara göre imaj oluşturmaktadır ve özgürlük sınırlaması getirmektedir. Bir diğer taşıyıcı rol ise ruhsal örgütlemedir; bu rol, yaşamın son bulması ile ilişkilidir. Toplumdaki karmaşıklıklar beden üzerinde görülmektedir. Toplumsal örgütlenmelerde bir toplumsal birlik içerisinde hareket etme varken, ruhsal örgütlenme ise bireyin hayatta varoluşu üzerinden yorumlanmaktadır. Toplumsal örgütlenme, toplumun bir sözleşme yaparak ortak normlarda, ortak ihtiyaçlarda buluşmasını sağlamaktadır.

Son olarak çağdaş teorisyenlerden Zygumund Bauman'ın beden kavramına yönelik düşüncesi ele alınacaktır. Bauman küreselleşmenin yayılma hızı ve beden arasında ilişki kurarak, bedenin bir haz materyali olduğunu ifade etmektedir. Kapitalist sistem

bedeni bir özel mülkiyet olarak göstermektedir (Elçik ve Özenç, 2010: 129). Yemek ve diyet kitaplarının yayılımı ile birlikte farklı isimler çerçevesinde çeşitli diyet programları piyasaya yayılmıştır bu artış kapitalizmin sağlık üzerindeki etkisini açıklar niteliktedir. Örneğin kapitalizm; sağlıksız besinleri lezzetli bir şekilde piyasaya sürerek bireyin kilo almasını sağlarken, ardından bu kiloların verilebileceğinin mümkün olduğunun algısını oluşturmuş ve diyet piyasasını meydana atmıştır (Bauman, 2001: 157-162; Akt. Kızılçelik, 2003: 90). Kişinin kendisini bir anda içinde bulduğu çıkmazlık ve karmaşıklık, bedenin sürekli tüketime yönelimini oluşturmaktadır. Küreselleşmenin toplumsal hayata getirdiği yayılma beraberinde bireysel mutluluk araçlarının da öne çıkmasına sebep olmuştur. Bu bağlamda tüketim toplumunun oluşturduğu endüstrilerden toplum kendisini kısıtlamak istese de bu durumun imkansız olduğuna yönelik düşünce oluşmaktadır. Bu imkansızlığın içersinde kalarak çıkmaza giren birey veya toplum söylemlerin ve algıların öğrettiklerine göre yaşamaya başlamaktadır. Sosyal varlık olan bireyin bedeni toplumda kültürel, politik, dini, siyasi, tıbbi ve benzeri olgular çerçevesinde nesneleşirken bir taraftan da toplumsal açıdan sürekli olarak yeniden üretilmekte ve inşa edilemektedir. Toplumsal hareketlenmeler olduğu sürece bedenin yeniden inşa edilmesinin ve kontrol altına alınmasının engellenemeyeceği anlaşılmaktadır. Bireylerin bedenleri toplumun siyasal, kültürel, dinsel, vb. yapılarının nesneleştiği ve sosyal aktörler tarafından yeniden ve yeniden inşa edilen ortamlar olması gerekçesiyle sosyal gerçekliğin anlaşılır olmasına yardımcı olan kültürel bir rehber niteliğindedir. Beden sosyolojisi ise bu rehberleri dile getirmektedir.

2.1.3.Bedenin Sosyolojik İnşası

Bedenin sosyoloji biliminde bir alt dal olarak dahil olmasıyla, çağdaş teorisyenler bedenin sosyal alanlarda nasıl şekillendirildiğini, nasıl biçimlendirildiğini, nasıl müdahale altına alınabildiğini ve nasıl inşa edilebileceğini savunabilecek çalışmalar üretmeye başlamıştır. Berger ve Luckman "*Gerçekliğin Sosyal İnşası " (2008)*' de toplumun bir cisim olarak algılanmasının doğru olduğunu ve bu cisimleşmede toplumsal aktörlerin eylemlerin yani insanların beden inşalarına yön verdiğini ifade etmişlerdir. Sosyal alanlarda oluşturulan bu inşalarda toplum ve birey karşılıklı olarak birbirini etkilemektedir.

Sosyal inşacı yaklaşımlar bedene yaklaşmakta iken, toplumsallaşan normlar yada söyleme dayalı algıların bedeni yönlendirdiğini göstermeye çalışmışlardır. Hatta kültürel fikirler ile biyolojik fikirlerin yerlerini değiştirmeyi amaçlayarak düşüncelerinin kesinlik kazanabileceğine inanmışlardır. Sosyal inşacı yaklaşımlarda gücün, iktidarın, benliğin ve sembolikliğin bedeni nasıl ve neden etkilediği önemli olmuştur, bedenin sosyal alanlarda üretmiş olduğu eşitsizlikleri meşrulaştırmasında bedenin rolünün ele alınması önemli olmuştur (Shilling, 2003: 87). Foucault, Nietzsche, Goffman gibi teorisyenlerin çalışmaları bu çerçevede değerlendirilmektedir (Shilling, 2005: 4853). Beden sosyolojisi alanında ismi duyulmayan teorisyenlerden, Parsons'un eylem teorileri, bedenin sosyal inşası çerçevesin de açıklanmasında yardımcı olmaktadır (Shilling, 2005: 52). Sosyal inşacı yaklaşımda, teorisyenler bedenlerin nasıl inşa edildiğine farklı perspektiflerden yaklaşmaktadır. Farklılıklar şu şekildedir; sembolik etkileşimi savunanlar bireyin eylemlerine odaklanmaktadır, bedenin göreceliğinin eylemler ile öe çıkabileceğine inanmışlardır. Bir diğer grup ise post-yapısalcılardır onlar bedenin cisimleşmesi, nesneleşmesi ve dilsel pratikleri, bedenleşme kavramı üzerinden açıklamışlardır (Shilling, 2003: 62). Sosyoloji alanında sosyal inşacılıkta öne çıkan teorisyenler Erving Goffman'ın benlik kavramını toplumsal düzlemde değerlendirmek çalışmanın anlaşılırlılığı açısından önemlidir.

2.1.3.1. Sembolik Etkileşimci Yaklaşımda Bedenin İnşası

Kanadalı sosyolog Erving Goffman çalışmalarında sembolik etkileşimcilik yaklaşımıyla duyulan Amerikan sosyal kuramdan faydalandığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu yaklaşıma göre büyük kurumsal yapılar ve bireyler arasındaki ilişkiler yerine daha küçük gruplar yada bireyler arası iletişimler ve ilişkiler önemlidir (Göbekçin, 2015: 192). Bu yaklaşım psikolojide önemli bir yer edinen Mead'in benlik teorisi üzerinden oluşturulmuştur. Sembolik etkileşimde ben kavramı, gerçek bir varlığı ifade etmektedir ve bedenlerin sahip olduğu kimlikler kurulan sosyal ilişkiler ile inşa edilerek *"toplumsal ben"* yaratılmaktadır (Erdem, 2020: 56). Beden kurulan sosyal ilişkiler ve etkileşimler yolu ile inşa edilmektedir. Sembolik etkileşimci yaklaşımda, beden somutsal bir gösterimin yanında farklı anlamlarda taşımaktadır. Eylemlerin bir çoğu toplumsal etkileşimler ile oluşmaktadır ve birey içinde bulunduğu toplumlara göre eylemlerine yön göstermektedir (Beyazyüz ve

Göka, 2011: 379). Goffman, gündelik hayatlarda yaşananlardan bedenin nasıl etkilendiğini araştırırken eylemlerde nasıl değişiklikler üretildiğininde, merak edilebileceğini düşünerek çeşitli araştırmalar yapmıştır. Onun açıklamalarında bedenleşmiş olan yapılar kendi kendini artık yönetememektedir ve bedenleşmiş yapıların toplum tarafından yönetildiğine dair açıklamalar yapılmıştır Goffman bu açıklamalar ile sembolik etkileşimcilik hakkında bedene dair üç temel özellik üzerinden açıklamada bulunmuştur (Shilling, 2003: 72). Bunlardan birincisi, beden bireyin mülküdür birey sosyalliği sağlamak için bedenini toplumun isteğine göre düzenlemektedir. İkincisi ise bireyin bedenine yönelik yapılan yorumların ve anlamların bireyin kontrolü dışında gerçekleştiğini ifade etmektedir bu yorumların oluşmasını beden dili sağlamaktadır. Bu özellik, bazen bireyin söylemek istediklerini ifade edemediğini fakat bu durumun çözümünün beden dili ile mümkün olduğunu açıklamaktadır. Üçüncü özellik ise bireysel ve toplumsal kimliklerde bedenin önemli olması üzerinedir (Shilling, 2003: 72-73). Bu durumların her biri bedenin inşa edilmesinde bir gerekçe niteliği taşımaktadır. Bedenin inşa edilmesinde ki gerkçe ise bir kuram üzerinden açıklanmıştır. Goffman toplumu bir tiyatro sahnesi olarak değerlendirilmektedir. Tiyatro sahnesi olgusu literatürlerde, dramaturjik kuram olarak ifade edilmektedir ve sembolik etkileşimcilikte, benliğin toplumsal ilişkiler ve etkileşimler ile kurulduğunu anlatmaktadır. Dramaturjik kurama göre, beden girdiği sosyal etkileşimler ile sürekli biçimlendirilmektedir bu durum bedene yapılan toplumsal manipülenin yada müdahalenin işaretidir (Waskul ve Vannini, 2006: 6). Birey gündelik hayatta topluma uygun olmak için sürekli bedenini kontrol etme ihtiyacı duymaktadır. Gündelik hayatta pratiğe dönüşen eylemlerde çok düşünme olmamaktadır ve çoğu kez bireyin kontrolünde değil toplumun kontrolünde gerçekleşmektedir. Sembolik etkileşimci yaklaşımda bedenin benlikle bütünleşerek inşa edildiğinin üzerinde durulmaktadır. Bedenin inşa edilmesi ve bedene müdahale edilmesi çeşitli pratikler ile gerçekleşmektedir. Bedenin inşa edilmesinde bireyin toplumda kendisini bir dışlanmışlığın, zorbalığın, mutsuzluğun içerisinde bulması da sebep olmaktır. Bireyin bedensel inşalarından biriside obezite ve şişmanlık üzerine gerçekleşmektedir. Post modern dönemde gelişmiş imkanlar ile bireyin kilolu olması toplum tarafından yargılanabilmektedir. Post modern dönemin özellikleri kapsamında çalışmayı açıklamak çalışmanın başlığına uyum sağlamak açısından önemlidir.

2.2.Post Modern Dönem

Post modern dönemin anlaşılması açısından modern döneme değinmek önemlidir. Modern dönem akla dayalı aydınlanma düşüncesine bağlantılı olarak, adlandırılan bir devirdir. Modern dönemde tek doğruluk içeren, bilimsel bilgiler kabul edilmiştir. Bu kabulleniş, bilimsel bilgilerin ne olduğunun ve nasıl ortaya çıktığının toplum tarafından merak edilmesini sağlamıştır. Modern dönem de bilginin ne olduğu araştırılmakta iken, tek gerçeğin insan olmadığı kabul edilmiştir. Gerçeklere ulaşabilmek için; deneyler, olgular ve gözlemler bilimsel bilgiye yani gerçeklere ulaşmanın yöntemi olarak kabul edilmiştir (Köker, 1998: 21-28). Bu yöntemlere başvurmanın altında yatan sebep ise, insanların kendisi dışındaki gerçekleri algılama isteğidir. Çünkü insanlar kendisi dışındaki gerçeklikleri fark ettikçe, toplumu kontrol ve denetleme imkanına sahip olacağının bilincine ulaşmıştır. Bu bilince ulaşarak toplumda kuralların ahlakın benimsenmesinin kolay olabileceği düşünülmeye başlanmıştır. Modern dönemin topluma getirmiş olduğu özelliklerden birisi de bütüncüllük içeren yaklaşımlardan bireyleri uzaklaştırmak olmuştur. Çünkü bütünsel yaklaşım bireyin dışındaki gerçekliklerin ve deneyselliğin açıklanmasında bir engel olarak görülmeye başlanmıştır. Deneyselliğin ve gerçekliğin karşısında durmak ve engeller oluşturmak demek bilimselliği yok saymak demektir (Bauman, 1996: 10). Modern dönemde bilimsel düşüncelere verilen önem, bir alanda uzman olanlar ve olmayanlar arasında asimetrik ilişkilerin kurulmasına neden olmuştur. Bu asimetrik ilişki, uzmanların uzman olmayanların üzerinde bir güç ve iktidar kurmasını sağlamıştır (Bauman, 2016: 185). Modern dönem öncesinde toplumda uzmanlık bir ihtiyaç değilken, modern dönemde toplum her alan da uzman olan bireylerden yardım almaya başlamıştır. Bütüncül bakış açısı uzmanlaşmanın önünde bir engel olarak görülmektedir, çünkü modern toplumda her alanın titizlikle çalışılması gerektiği düşünülmüştür ve her alanın dallara ayrılarak uzmanlar tarafından denetlenmesi gerekmektedir.

Post modern dönem ise modern döneme eleştirel bir tutum ile yaklaşmıştır. Modern dönemin bilgiye karşı olan düşüncelerini eleştirmekte ve sorgulamaktadır. Şaylan'a göre post modern dönemde ki düşünceler de en önemli problem bilgiye karşı nasıl tutum benimsiyor sorusu olmuştur. Yirminci yüz yılın ikici yarısından itibaren post modern dönem, modern dönemde ki bilimsel bilgi açıklamalarına karşı eleştirilerinde daha sert olmaya başlamıştır. Modern dönemde benimsenen bilimsel bilgi bireyi

özgürleştirme vaadi sunuyordu, fakat özgürleştirmiyor tam tersine bireyi giderek kısıtlıyordu. Post modern dönem, bunun büyük bir problem olduğunu düşünerek, bilimsel bilginin neler ifade ettiğini tekrardan araştırmak gerektiğini belirtmektedir (Şaylan, 2002: 28-46). Post modern dönem, modern dönemde deneyselliğe ve bilimselliğe dayalı kabul edilen yasaların amacından uzaklaştığını düşünmektedir.

Modern dönemde kabul edilen bilgi anlayışın da düzensizlikten ve kaostan uzaklaşarak, düzenli bir topluma ulaşabilme amacı bulunmaktadır. Bu amacı gerçekleştirmenin tek yolu ise, bilimselliğe ve deneyselliğe dayanmaktadır. Bu yüzden bilim modern dönemde oldukça merkezi ve üst bir konumda yer almıştır. Post modern dönem ise bilimselliğin topluma bir katılık ve gereksiz bir disiplin getirdiğini savunmaktadır. Modern dönemde ki tek gerçeğin bilimsel bilgide gizli olduğunu düşünmenin aksine, post modern dönem "büyük anlatı fikrini" ve kesin doğruları reddetmektedir (Ritzer ve Stepnisky, 2019: 518). Modern döneme göstermiş olduğu bu eleştirel tutum, post modern dönemin bilgiyi çeşitlendirdiğini ve farklı yöntemler ürettiğini göstermektedir.

Post modern dönemin modern döneme karşı gösterdiği bu eleştiri, kendisine karşı yapılan eleştirilerinde gelmesine sebep olmuştur. Post modern döneme yapılan eleştiri ise, ortaya bir düşünce ya da ideoloji çıkartamadığı yönünde olurken, post modern dönemde başarılı olan tek niteliğin modern döneme yapılan eleştiriler olduğu düşünülmüştür (Ritzer ve Stpnisky, 2019: 528). Post modern dönem, modern döneme karşı bir çok eleştiriler yapsa da modern dönemdeki anlayışları benimsemekten uzak kalmayı tam anlamıyla başaramamıştır. Aynı zaman da modern dönemin bilimsel olmadığı gerekçesiyle, geleneksel dönemde ki düşünceleri reddetmesi üzerine, post modern dönem geleneksel dönemde ki özelliklere sıcak yaklaşmıştır. Çeşitli sosyolojik çalışmalarda post modern döneme değinmek alan için önem arz etmektedir. Bu yüzden post modern dönem özellikleri dahilinde bireyin bedeni ve sağlığı nasıl bir açıdan etkilenmiştir? sorgulamasını yapmak alan için faydalı bir araştırma olacaktır.

2.2.1.Post Modern Dönemde Beden

Bedenin sosyolojik kökenine bu çalışmanın başında yer verilmiştir. İnsan bedeni post modern dönemde incelendiği zaman yeni düşüncelerin meydana geldiğine rastlanılmıştır. Beden sosyolojisi sağlık sosyolojisi alanı ile yakından ilişkilidir. Bu

yüzden beden sosyolojisi çalışmalarında sağlık sosyolojisine, sağlık sosyolojisi çalışmalarında da beden sosyolojisine değinmemek mümkün değildir. Post modern dönemde sağlık olgusunun anlamsal bir dönüşüm yaşadığı görülmektedir. Bu dönemde hastalıkların sağlık ve tüketim olguları kapsamın da kültürel bir biçim de yorumlanması kaçınılmaz olmuştur. Hastalıkların topluma ve kültüre yansıması ile, toplumda bireyler örgütlenmeye başlamıştır. Bunun sonunda bireyler bedensel ve sağlıksal problenmelerini bu örgütlenmeler ile çözülebileceğine inanmışlardır. Bu durum gelişmiş ülkelerde çok daha fazla göze çarpmaktadır çünkü teknolojik yönden ilerlemeler onlar için avantajlı bir durum olmuştur. Teknolojik ilerlemeler ve gelişmeler bireyler arasında kolay bir şekil de örgütlenme ortamını yaratmaktadır. Post modern dönemin geleneksel döneme karşı göstermiş olduğu yakınlık sağlık alanına da yansımıştır. Geleneksel tıp gelişmiş ülkeler de yaygınlaştığı gibi, geri kalmış ülkelerde de yayılım kazanmıştır (Kızılçelik, 2003: 89-94). Post modern dönemde hekimlerin önemi geriye atılmıştır, sağlık sorunlarını halledebilecek uzman kişiler problemin çözülebilmesin de bir alternatif olarak değerlendirilmiştir.

Aynı değerlendirme tıp bilimine de yapılmaktadır bu dönemde tıp için yapılan yorum, modern dönem eleştirisi üzerinden yapılarak evrensel doğrular ve dsiplin içermesi açısından tıp bilimide eleştirilere maruz kalmıştır. Dolayısıyla post modern dönemin düşüncesinde tıp kavramı sadece söylemler üzerinden toplumda var olmuştur (Cirhinlioğlu, 2019: 138). Post modern topluma göre, modern toplumda sağlıklı olmak için birey hekimlerin söyledikleri her şeyi yapmasına rağmen sağlığına ulaşabilme durumu sadece olasılık barındırmaktadır. Bu sebeple post modern dönem hekimlerin önerilerini evrensel doğru olarak değil söylem olarak nitelemiştir. Post modern toplum düzenin de insan bedeni, kapitalist toplum yapısında ekonomik sürecin ilerlemesi için, tüketim toplumunun merkezinde konumlanmıştır (Burry, 1997: 185-89). İnsan bedeni bu dönem de üç şekilde toplum ve kültür tarafından kontrol altına alınmaktadır. Bunlardan birincisi moda, imaj ve yaşam tarzının tüketim kültürü düzenine göre dönüşümler yaşadığı yönündedir. İkincisi ise, insanlar üzerin de bir haz ve heyecan yaratarak çağdaşlaşma umudu ile bedeni tüketim eylemlerini gerçekleştirmesi için teşvik etmektedir. Sonuncusu ise bedeni kontrol altına alma üzerine odaklanmıştır, bedenin beğenilen biçimde inşa etmenin toplumsal bir değer olarak algılanmasına sebep olmuştur. Post modern dönem bunu yaşlanma olgusu üzerinden açıklamaktadır. Modern toplum

bireylerin biyolojik yaşantılarına göre; birey doğar, gelişir ve ölür sürecini kabullenirken, post modern dönem bunu reddetmekte ve yaşlanmanın önüne geçilebileceğini savunmaktadır. Post modern dönem yaşlanmanın bireyi hem fiziksel hem bilişsel hem de ruhsal açıdan yıpratacak sonular getirdiğini savunmaktadır (Cirhinlioğlu, 2019:139). Bu sebeple birey bedenini ihtiyaç duyduğu duruma göre inşa etmesi gerektiğini post modern dönemde anlamıştır. Sosyal medyanın etkisi ile birey bedeninin nelere ihtiyacı olduğunu daha kolay belirlemeye başlamıştır. Bu ihtiyaçları gidermek için birey elbette bir ücrete sahip olması gerektiğini de öğrenmiştir bu gereklilik ise tüketici bir toplum yapısına dayanmaktadır.

Post modern dönemde bireyin bedenini algılamasında tüketim toplumunun bir etkisi olduğu gibi, toplumsal cinsiyetin de bir etkisi mevcuttur (Martin, 1987; Grosz, 1994). Kadın bedenlerin kendi bedenlerine karşı eleştirel yaklaşmasında, feminist teorisyenler sebep olarak tıp yada ataerkil toplum yapısının sert tutumundan kaynaklandığını düşünmüşlerdir. Feminist teorisyenlere göre kadınlar kendi bedenlerinin değerini bilmemekteydi bunun en basit örneği olarak ev yaşamında erkek bedenlerden daha aktif çalışmaları gösterilebilir. Feministler geleneklere ait düşünceler ile, kadınların ev hayatında aktif olmasını, ev dışında çalışa da erkeklere göre daha az ücretlerde çalışmalarını post modern dönemde bedenin toplumsal cinsiyet eşitsizliği üzerinden ifade etmeye çalışmışlardır.

Post modern dönemin beden üzerinden modern dönemi eleştirdiği noktalardan biriside özel gereksinimli bireylere karşı sergilenen tutumlar olmuştur. Oliver'da (1990) bu durumu açıklamak için kapitalist dünyanın toplumsal sınıflarda eşitsizliklere odaklanırken bu sınıflaşmayı ortaya çıkartan sebepleri geri plana attığını düşünmektedir (Cirhinlioğlu, 2019: 140). Post modern döneme göre modern toplum sağlıklı bir bedene ve bir ruha sahip bireylere göre düzenlenmiş bir toplumdur. Bunun yanında kimlik, cinsiyet gibi ayrımlar da modern dönem de ister istemez yapılmıştır. Özel gereksinimli bireyler ise bu dönemde, eksik olarak algılanmıştır (Lenny, 1993). Post modern toplumda sağlık anlayışı kurumsal yapılardan uzak tutulmaya çalışılmıştır. Hastalıkların oluşmasında biyolojik sebepler etkili olduğu gibi toplumsal ve kültürel sebeplerin de araştırılması gerektiği post modern düşünce yapısı ile önemli bir konuma gelmiştir (Cirhinlioğlu ve Mutlu, 2002: 353). Bu yüzden tedaviler genellikten arındırılmalı ve multidisipliner tedaviler post modern dönemde önemli bir hale gelmiştir. Oluşturulan diyet programları,

egzersiz programları bir çok hastalığın çözümünde etkili olduğu anlaşılarak, bu dönemde oldukça rövanşa geçmiştir.

2.2.2.Post Modern Dönemde İdeal Bedenin Sosyal İnşası

Post modern dönemle beraber beden kavramı, kişisellik anlamından kaynaklı bireyin müdahalesine sıkı bir şekilde bağlanmış ancak müdahale ihtiyacını bir türlü kapatamamıştır. Giddens post modern dönemin bireyselleşmiş bedeni ile modern ve öncesi dönemin kolektif bedeni arasındaki farka yoğunlaşmış ve bedene müdahale etme eyleminin geleneksel dönemde var olmadığını ve modern dönem ile beraber müdahale etme durumunun ortaya çıktığını savunmuştur (Shilling, 2005: 64). Bireyin bedensel görünümü modern dönem öncesinde de kimlik göstergesi niteliğindeydi fakat bedenin bireyselliğine vurgu modern dönem ile gelmiştir. Modern dönem ile birlikte insanlar tahmin edemeyeceği kadar tercih hakkı ile karşılaşmış ama geleneksel dönemdeki kadar müdahale eylemine yönelmemiştir (Giddens, 2010: 102-106). Giddens bedene müdahale etme yöntemlerinin modern dönem ile geldiğini fakat post modern dönemle yaygınlık gösterdiğini savunmaktır.

Giddens'ın üst modern dönem olarak isimlendirmiş olduğu post modern dönemde beden, benliğin inşa edilmesinde doğrudan sorumlu olmaktadır (Giddens, 2010: 132-134). Günümüz toplum yapısında beden bireyselleşmeyi sağladığı gibi benlik tasarımında da önemli bir role sahiptir. Beden verili bir yapı değil, sosyal hayatın refleksif örgütlenmesine dahil olmuştur. Böylece bireyler artık bedensel görümünden sorumlu olmaya başlamıştır (Shilling, 2005: 65). Bauman (2013)'de bireylerin kimliklerinin doğuştan olmadığını ve kimliklerin özenle tasarlanabildiğini ifade etmektedir. Ona göre hayat koşullarına uyum sağlamak için akışkan dünyanın yapısına uyum sağlamak, gerekli yenilikleri yapmak ve değişime ayak uydurmak önemlidir. Bu duruma eke olarak yeni bir benliğin oluşturulması ve diğerleri tarafından övülmesi için; bireyin eski benliğine dair yansımaları hem kendi düşüncelerinden hemde diğerlerinin düşüncelerinden silmesi gerekmektedir (Bauman, 2013:62). Bordo post modern dönemde bedenin sosyal inşası hakkında Giddens'ın görüşlerinin tersini savunmaktadır. Ona göre birey bedenini düzenlemek için seçeceği eylemde özgürdür. Bordo bedenlerin şekillendirilerek bireysel özgürlüğe sahip olduğunu reddetmektedir çünkü düzenlemeler ona göre cinsiyetçi,

ırkçı gibi şiddetli ayrımlardan beslenmektedir. Bu sebeple Bordo, Batı Kültürü'nün sorgulanmasını savunmaktadır (akt. Davis, 2009: 38). Post modern dönemde özgürleştirici düşünceler yayılım göstersede bedeni kısıtlayan çeşitli eylemler var olmuştur bunlar; diyet, imaj, kozmetik, vb. biçimlerde gerçekleştirilmektedir (Varga, 2015: 227). Bu dönemde yeni bir beden, benlik etkileşimi ve iletişimi doğmuştur. Bedenin yeni kullanım şekilleri bedeni, yüzü, kiloyu hatta cinsiyeti bile dönüştürmeye kadar ulaştığı kadar ulaştırmıştır. Bu doğrultuda toplumun bireyden beklediği durum bedenin en ideal biçimde düzenlenmesidir (Moulin, 2013: 39).

Hazcı ve tüketimci post modern dönem kadın bedeninin de cinselliğin önemli olduğunu öne çıkarmış ve cisimleştirmiştir. Turner bu konu hakkında bedenlerin sektörleşebildiğini ve narsist bir şekilde düzenlenebildiğini açıklamıştır (Işık, 1998: 147). Baudrıllard'ın düşüncesinden ideal beden inşası değerlendirilse, beden göstergenin bir parçası olmuştur (Çabuklu, 2004: 102). Bireyler toplumda bedenlerini gösteriye çıkarak birbirini etkileyebilecek biçimde inşa eylemlerine yönelmektedir (Çubukluoğlu 2016: 25-39). Post modern dönemde bedenlerin inşa edilmesinde tüm toplumsal gerçeklikler tüketilmiş ve simülaklara göre bedeni inşa etme başlamıştır. Sosyal açıdan inşa edilen bedensel durumlardan biriside kilo verme üzerinden gerçekleşmektedir.

2.2.3.Post Modern Dönemde Obezitenin İnşası

Günümüz toplumundan önceki toplum yapılarında obezite şimdiki anlamından daha farklı anlamlar içermektedir. Obezite bedene yansıyan bir değişim olmasından kaynaklı olarak yorumlamaya açık bir durumdur. Beden olgusunun biyoloji kavramından uzaklaştırarak toplum kavramı üzerinde değerlendirmek toplumun bedene baskı yapmasına ve terbiye etmesine sebep olmuştur. Bedeni kontrol altına alma durumu toplumsal hayatın istediği biçime dönüştürmeyi ifade etmektedir (Vigarello 2016, 235-240). İdeal olarak kabul edilen bedensel görüntülerde çeşitli betimlemeler yer almaktadır bu betimlemelerden biriside ince ve sıkı bir görüntüde olmaktır. Tek tipleştirilmiş ve ideal olarak kabul edilmiş görüntüye sahip olmamak bireylerin alaya alınmasına, dalga geçilmesine ve etiketlenmesine sebep olmaktadır. Küreselleşmenin yayılmacı gücü ile coğrafi konumların bütün etkisi yok olmuş ve bireyler arası etkileşimler giderek artmaya başlamıştır. Dünyanın herhangi bir konumunda kabul edilmiş bir ideal beden betimlemesi aradan çok bir zaman geçmeden hızla yayılmakta ve toplumsal bir norm haline gelmektedir. Bu sebeple

obeziteyi kontrol altına almak günümüz toplum yapısında giderek yaygınlaşmaktadır. Obezitenin birçok sebebi bulunmaktadır bunlar; hareketsiz bir yaşam tarzı, fazla yemek tüketmek, alkol ve madde bağımlılığı, depresyon, sosyal çevre, kronik hastalıklar, psikolojik problemler, yaş-gelişim-cinsiyet,vb. gibi birçok faktörün etkisiyle şiddetli kilo durumu görülmektedir. Obezitenin birçok nedeni olduğu gibi giderek genişleyen, sektörleşen ve yayılan çözüm yolları da bulunmaktadır. Post modern dönemde tüketim kültür yapısının özellikleri göze çarpmaktadır. Tüketilen beden sürekli bir yönlendirmeye ve kışkırtmaya maruz kalmaktan kaçınamamıştır. Özellikle kadın bedenine yönelik yapılan, ince beden söylemlerine uyum göstermeyen bireyler psikolojik ve sosyal sorunlar yaşamaya başlamıştır. Sağlık ve hastalığın toplumsal ve kültürel kodları, zayıf bir bedenin gerekli olduğunu sürekli üreterek toplumda yaygınlaştırmaya başlamıştır. İdeal beden algısının oluşmasın da aile, akran, toplum, medya ve sosyal medya etkili olmaktadır. Gündelik hayatın parçalarından biri olan sosyal medyada beden olgusu sosyo-kültürel biçimde değerlendirilmektedir. Sosyo-kültürel değerlendirmede beden, sosyal medya ortamların da belirli kodlamalar ile nitelenmektedir. Örneğin zayıf olmak gençlik ile ilişkilendirilmiştir böylece yaşlanan birey için kilo almak büyük bir kaygı durumuna dönüştmüştür (Özbolat,2011:323). Sosyal medya bireylere ince kadın bedenini ve kaslı erkek bedenini rol model olarak gösterime sunmaktadır. Bu ortamlarda Sosyal beslenme ve diyet programları paylaşımında bulunan danışmanların takip edilmesi, moda ve magazin haberlerine odaklanılması kilo vermenin önemli olduğunun kanıtıdır. Reklamlarda belirli fiziksel özelliklere sahip bireylerin bulunması, bireylerin belirli ölçülere sahip olması için baskılar yaratmaktadır. Sağlıklı olmak, sağlıklı yaşamak, sağlıklı bir bedene sahip olmak bireyin yaşam tarzı olarak topluma dayatılmıştır birey bedenini, sağlığını tıpkı bir projeyi takip eder gibi kontrol ve sorumluluğu altına almaktadır (Şahin Kaya, 2011 : 120). Bedenin denetlenmesi, Foucault'un biyo politika kavramı üzerinden açıklanabilir; medya, devlet yada bedenin sahibi kontrolü eline alabilmektedir. Bu kontrol, modern dönemde olduğu gibi devlet tarafından veya tıp gibi uzmansal alanlardaan sağlanmamıştır, post modern dönemde birçok kontrol merkezi ortaya çıkmıştır. Gündelik hayatın tıbbileştirilmesi, bedenin kontrol altına alınmasına ve bireyselleştirilmesine dayanarak gelişmektedir (Sezgin, 2011: 23). Bedenin kişiselleştirilmesiyle post modern dönemde beslenme, spor, diyet gibi sağlıksal ve bedensel müdahaleler tüm

yaş ve cinsiyet ayırmaksızın toplum tarafından dikkat çekmeyi başarmıştır. Her kesimden bireyin dikkatini çeken bu olgular, bazen cinsiyetler arasında farklılığa uğrayabilmektedir. Bu farklılık post modern dönemde sağlık ve güzellik alanlarında endüstrileşmenin cinsiyetler açısından farklılaşabileceğinin göstergesidir.

Obezite bir sağlık problemi olmasından kaynaklı olarak, toplumsal cinsiyet üzerinden değerlendirmeye dahil olmuştur. Kadınlara ait; doğurganlık, menopoz, regl gibi biyolojik özelliklerin tıp alanına dahil edilmesiyle; kadınların bedenlerinde farklı kurumların söz sahibi olma hakkı doğmuştur. Bu durum erkek bedenler içinde geçerli olsa da kadın bedeni tıp biliminde kendisine daha kolay yer bulmuştur. Tıbbın kurumsallaşması, kadın bedenler üzerinde bir sosyal ve toplumsal kontrol ortamının oluşmasına zemin hazırlamıştır (Şahin Kaya, 2011: 124). Hayatı tıbbileştirme sürecinde; tıbbi teknoloji, kozmetik, uzman diyetisyenler, özel hastaneler, farmakoloji, vb. alanların endüstrisi, devreye girerek bir üretim ve tüketim için yarışmaya başlamışlardır (Şahin Kaya, 2011: 130-131). Bu durum sağlığın, amacından uzaklaştırılarak ticari hedefler amaçlı kullanıldığının göstergesi olmuştur. Hızlı gelişme ve ilerleme ile post modern dönemde bireyin şişman olmasında sorumlu ve hatalı olan bireyin kendisi olduğu yönünde düşünceler yaygınlaşmıştır. Obezitenin ve şişmanlığın bireyin sorumsuzluğu ile ilişkilendirmek; güzellik ve sağlık endüstrisinin birlikte hareket etmesinin ve bedene yaptığı müdahalenin meşrulaştırılmasını kanıtlamaktadır (Şahin Kaya, 2011: 143). Böylece bedeni inşa etmek, bireyi hayal ettiği biçime dönüştürürken bir taraftan da tüketim ve endüstriye de hizmet etmektedir. Dolayısıyla kilo vermek yada ince bir bedene sahip olmak için çabalamak bireyin bilinçli olduğunu gösterirken, yapılan harcamaların düşünülmeden yapılabilmesi bilinçsizliğini de gösterebilmektedir. Bu sebeple bireylerin kilo post modern dönemde kilo yönünden bedenini ideal biçimde inşa etmesi biyolojik sağlık kadar beden estetiği amacıda taşımaktadır. Obezite için çeşitli tedavi yolları bulunmaktadır bunlar üç grupta açıklanabilir;

Bunlardan ilki tıbbi ve cerrahi tedavilerdir. Morbit obezlere uygulanan cerrahi tedavi, bariyatrik cerrahi müdahale olarak bilinmektedir (Sağlam, ve Güven, 2014: 61). Cerrahi tedavilerin seçilmesinde hastanın, BKİ verisini dikkate alması önerilmektedir. Cerrahi ve tıbbi yöntemlerini açıklayacak olursak; cerrahi yöntemlerde bir işlem gerekirken, tıbbi tedaviler de farmakolojik yani ilaç tedavileri

uygulanmaktadır. Ülkemizde son yıllarda rövanşta olan cerrahi yöntemlerden birisi de tüp mide ameliyatları olarak düşünülmektedir. Tüp Mide ameliyatının nasıl koşullarda yapılmasına dair dünya genelinde çeşitli raporlar bulunmaktadır. Avrupa Klinik Uygulamalar Raporuna göre tüp mide ameliyatı, diyet veya egzersiz gibi bedensel uygulama yöntemleri ile kilo kaybı yaşayamayan bireylere bu yöntemi önermektedir. Tüp mide ameliyatına yönelen bireylerin sağlık ve hastalık durumlarını da dikkate alması gerekmektedir. Bu durumların yanı sıra tüp mide ameliyatı BKİ oranı 35 veya üzerinde olması ile yöntem önerilmektedir. Tüp mide ameliyatları için BKİ'nin değeri uzmanlar tarafından değişik şartlarda sunulmaktadır. Ülkemizde son yıllarda popülerlik kazanarak sık uygulanan bir cerrahi yöntem haline gelmiştir (Yüksel, 2016: 40). Popülerlik kazanması obezitenin artmış olduğunu ifade ederken, kiloya müdahale etme eyleminde de artış olduğunu simgelemektedir.

Mide balonu diğer cerrahi çözüm yollarından birisidir. Halk dilinde mide balonu olarak isimlendirilen bu yöntem tıpta; intragastrik balon (IGB) olarak bilinmektedir. Yöntem diyet ve egzersiz ile beraber uygulanırken bir taraftan da bireyin erken doymasını sağlamaktadır (Bor,vd.,2007:94). Yöntem ile birlikte birey kilosunun %10-20 'sini kaybetmektedir (Mathus Vliegen ve Tytgat,2005: 19-27). Mideye yerleştirilen ve kilo kaybını sağlayan bu balonlar bireyin vücudunda 6 ay kadar süreyle varlığını devam ettirmeye başlar. Bu süre zarfında bireyde istenmeyen komplikasyonlar görülebilmektedir bunlar; kusma, mide bulantısı, şiddetli karın ağrıları ve bol sıvı kaybı olarak açıklanabilir. Bu komplikasyonlar her bireyde görülmemektedir ve balon tedavisini uygulayan uzman tarafından birkaç gün içerisinde kontrol altına alınabilmektedir (Evans, Scott:2001: 1245). Mide balonu, tüp mide ameliyatına başvuran bireylerden daha aşağı kiloda yer alan bireylerin tercih ettiği bir yöntemdir.

Bir diğer cerrahi yöntem mide botoksu, güzellik sektöründe adını duyuran botoksun, mideye uygulanmasıdır. Bu yöntem ilk kez 2003'te Almanya'da Jens Rollnik tarafından kilo verme amaçlı uygulanmıştır. Uygulamanın sonunda hastada dört ay sonra kalori alımın da %32.5 azalma ve kilo oranında ise %9'luk bir kayıp gözlemlenmiştir. Mide botoksu uygulaması kilo problemi ve başarısız bir diyet geçmiş olan bireylerde başarılı olmaktadır. Yöntem endoskopik olarak uygulanmaktadır, hastanın kilosunun değerine göre, 100-300 değerleri arasında

Botulinum A toksini vücuda enjekte edilerek uygulama gerçekleştirilmektedir (Kademligil ve Genç, 2021: 5). Bu yöntemler cerrahi yöntemler kategorisinde incelenirken, farmakolojik yani ilaç tedavileri doktorlar ve cerrahlar tarafından önerildiğinde tıbbi tedaviler kapsamın da incelenmektedir.

Obez bireyler bedenlerinde cerrahi müdahaleye karşı olmaları veya bıçak altına yatmaktan çekinmeleri gibi sebeplerle doktor kontrolü altında ilaç kullanma talebinde bulunmaktadırlar. Birey ilaç tedavisi altına alınmadan önce çeşitli tahliller ve testlerden geçirilerek tedavi için uygun olup olmadığı konusunda araştırılmaktadır. İlaç tedavilerinde uzmanın hastaya diyet ve egzersiz planı verme ihtimalide bulunmaktadır. İlaç tedavisinde BKİ>30 olmalıdır (Baltacı,2015:100). BKİ 30'un üzerinde ise doktorlar hastayı cerrahi müdahaleye ikna etmeye çabalamaktadır. Obez bireyler ilaç tedavisini sağlık uzmanları kontrolünde gerçekleştirirse tıbbi tedavi olmaktadır, fakat kilo verimini sağlayan takviye ilaçlar kozmetik gibi çeşitli alanlarda ve uzman kontrolü dışında da alınabilmektedir. Bu şekilde ilaç alımı yardımcı takviyeler bitkisel ilaçlar olmalarından dolayı alternatif-bitkisel tedavi kapsamında incelenmektedir. Cerrahi-tıbbi tedavilerin devamında beden temelli uygulamalar gelmektedir. Bir diğer obeziteyi ideal beden bağlamında inşa etme yöntemi ise beden temelli uygulamalar kapsamında incelenmektedir.

Beden temelli obezite çözüm yolları dediğimizde akla ilk spor ve egzersizler gelmektedir. Fiziksel aktiflik, spor ve egzersiz birbiri yerine kullanılsa da bu kavramlar birbirinden farklıdır. Fiziksel aktivite, günlük hayatın içerisinde, kas ve eklemlerim hareketini arttırmak, enerji harcamasını arttırmak, çeşitli düzeylerde yapılan hareketlerdir ve terletmemektedir. Herhangi bir özel zaman gerektirmez, planlı değildir, yere ve zamana göre farklılık göstermektedir. Fiziksel aktivite, hareketinde kısıtlılık yaşayan bireylerin sağlığına olumlu anlamda etkisi vardır. Gündelik hayatın içinde bulunan eylemleri içermektedir örneğin, bahçe işleri, dans etmek, cam silmek, çiçek dikmek gibi eylemler gösterilmektedir. Egzersiz, fiziksel aktiviteye göre daha sistemli hareketleri kapsar. Egzersizlerdeki temel amaç; vücut hareketleri, kas ve iskelet sistemini yorarak güçlendirmek aynı zamanda vücudu şekillendirmektir. Egzersizlere örnek verilirse; her gün 45 dakika yürüyüş, haftada 3 gün spor salonun da egzersiz çalışmalarına katılmak (pilates-zumba,vs.) gibi faaliyetlerdir (Sağlık Bakanlığı,2004: 1-6). Bir diğer bedensel uygulama spor,

sporlarda bir yarışma amacı vardır. Yapıldıkça kademe, kademe derecelendirme görülmektedir (amatör,lisanslı, profesyonel). Fiziksel aktivite ve egzersize göre daha fazla disiplin gerektiren, bedeni yoran ve öğretici özelliği olan hareketlerdir. Spora örnek olarak; Voleybol, tenis, yüzme, avcılık, basketbol, tekvando ve atletizm örnek verilebilir (https://hsgm.saglik.gov.tr/tr/fiziksel-aktivite/fiziksel-aktivite-nedir.html erişim tarihi 28.11.2022).

Bedensel temelli uygulamalardan birsi de, diyetler, beslenme rejimleri, perhizlerdir, bu uygulama rejim yada perhis ismini aldığında tıbbi tedavi olarak algılanabilir. Sağlıkla birlikte bir beden üzerinde yansıması olduğundan bedensel temelli uygulama olarak değerlendirebiliriz (Ory, 2013: 109). Beslenme rejimleri, diyetler geçmişte tek sağlık ile ilişkilendirilmemiştir. Diyetler bireye sabretmeyi öğreterek insan nefsini köreltmektedir. Dolayısıyla birey haz ve zevkten uzak kalmayı öğrenerek maneviyatını güçlendirmek amaçlı da bu yönteme başvurmaktadır (Turner, 2011: 25). Bu özelliği ile diyetlerin dini bir dayanağa sahip olduğu görülmektedir. Foucault (2012) *"Cinselliğin Tarihi"* isimli eserinde, rejimler için insanın yaşamdaki varlığını sürdürmesinde bir rol gösterici niteliğe sahip olduğunu belirtmektedir. Bu rejimi yaparken kurallara uyan insanın, yaşam sanatına sahip olduğunun düşüncesini de belirtmektedir. (Foucault, 2012: 120). Foucault'un burada açıkladığı yaşam tarzı, bireyin doğru eylemleri sergilediğini, her şeyin fazlasından kaçınıp ahlaki düzenin gerekliliğine uyduğunun kanıtı olarak ifade edilmektedir. Ruh ve bedenden meydana gelen insanın dengede olması için perhizler insan yaşamın da önemli bir konumdadır. Yaşamın her alanında uygulanabilen, (eylemler, idmanlar, yeme-içme, cinsellik, diyetler, perhizler..) durumlar bireyin hem iç hem de dış bedenini olumlu etkilemektedir (Ünal, 2016: 103-136). Sağlıklı beslenmek ve fiziksel açıdan aktif olabilmek, bireylere dengeli bir hayat tarzını getirmektedir. Kozmetik ve güzellik sektöründe uygulanan yağ aldırma veya çeşitli cihazlar ile masajlar yaptırarak kilo vermeyi sağlamak da beden temelli uygulamalar kapsamında değerlendirilmektedir. Bu duruma örnek olarak herkes tarafından bilinen liposuction verilebilir. Termal eşofman takımları, taytlar ve bir takım güzellik salonlarında yapılan uygulamalar beden temelli uygulamalarda örnek olarak verilebilir.

Post modern dönemle beraber yerelleşme öne çıkmış ve geleneksel yöntemler beden inşasında rövanşa geçmiştir. Bireyin sağlık problemlerine çözüm araması çok eski

zamanlardan beri olan bir şeydir. Geçmiş zamanlardan beri, çeşitli topluluklarda hastalıklara çözüm aramak amaçlı çeşitli inançlara dayanan uygulamalar görülmektedir (Harlak, 2016: 173- 206).Sağlığı korumak amaçlı yapılan uygulama çalışmaları tıbbi tedaviler altında sistemleştirilmiştir. Modernite ile önem verilen akılcılık, açıklanamayana karşı olmuş ve metafiziksel olanı fiziksel ve kanıtlanır bir hale dönüştürür. Bu dönüşüm ile sistemleşen tıbbi tedavilerde de bir değişim görülmektedir. Modern tedaviler dışındaki; uygulamalar ve tedaviler, alternatif, tamamlayıcı ve bitkisel tedaviler olarak tanımlanmaktadır. DSÖ, bu tedavileri geleneksel tıp olarak tanımlamaktadır. DSÖ, geleneksel sağlığın; bitkisel/ hayvansal/ spritüel/ mineral temelli tıp/masajlar/elle tedavi/yoga...vb. uygulamalar ile hastalığın kontrol altına alabildiğiniyada yok ettiğini aynı zamanda mevcut sağlıklı düzeni korumayı da sağladığını ifade etmektedir (WHO, 2002: 7).Obezite çözüm yollarında da tercih edilen alternatif tedavi yolları mevcuttur. Çağın getirmiş olduğu yeniliklere rağmen, alternatif tedaviler yoğun bir talep görmektedir. Bitkisel tedaviler, otların ve bitkilerin ham halini kullanabildiği gibi, işlenebilir bir şekilde de alınabileceğini ifade etmektedir. Bu işlenme otu ham hali ile tüketemeyen insanlar için avantajlı bir durumdur. Ot ve bitkiler işlenerek çay, kapsül, bitkisel yağlar, şurup, merhem,toz halinde kullanılmaktadır (Wachtel- Galor ve Benzie, 2011).Obeziteye çözüm olarak "sinemaki, salatalık, çörek otu, biberiye, yeşil çay, zencefil, zerdeçal, kekik, limon, ananas, avokado, greyfurt, maydanoz..."bitkisel tedavi altında kendileri yadaişlenmiş halleri tercih edilmektedir. Alternatif tedaviler bitkisel tedaviler de incelenmektedir ve bedene yapılan bir takım uygulamalardan oluşmaktadır. Geleneksel Çin Tıbbında kullanılan akupunktur da obeziteye çözüm yollarında alternatif tıbbın içerisinde incelenmektedir. Akupunkturda bedenin belirli bölgelerine ince iğneler yerleştirilir ve böylece bedendeki belirli noktalar kontrol altına alınabilmektedir. Tedavi yöntemi bütüncüldür hastayı hem fiziksel hem de ruhsal yönden iyileştirmektedir. (Cargill, 1994). Haftada 1, 2 seans uygulanan akupunkturun sonun da tedaviyi gören bireyin, 6-8 hafta sonunda 8-10 kilo kaybı gözlemlenmektedir.Hedeflediği kiloya ulaştığında birey dilerse, seansını bitirme hakkına sahiptir.Hedeflediği kilonun kalıcılığı 6 ay kadar dayanmaktadır devamında kilo alma durumu yaşanabilir, gerekirse seansa tekrar başlayabilir. Akupunktur tedavisi ile, beyindeki noradrenalin isimli tokluk seviyesi düşürülür ve mutluluk hormonu serotinin seviyesi arttırılmaktadır böylece doyma hissiyatı en hızlı şekilde sağlanmaktadır. Tedavi diyet halindeki bireyin stresi

ve acıkmanın seviyesini düşürmektedir, bu yüzden beslenme danışmanları da hazırladıkları programlarda serotinin artışını sağlayabilecek besinlere yer vermeye çalışırlar (www.drserangoçer.com Erişim Tarihi: 28 Ekim 2022). Bedene uygulanan iğne, bireyin hormonlarına müdahale ederek, sağlıklı ve dengeli bir yaşamı sunmaktadır. Kökeni Hindistan tıp geleneğine dayalı diğer alternatif tedavi,ayurveda; yaşam ve bilgi kavramının birleşimi (yaşam bilgisi) sözcüğünü ifade etmektedir. Hastalıkların çözümü için özel diyetler, bitki karışımları, birtakım masajlar ve uygulamalar ile tedavi olunmaktadır (Harlak,2016: 179). Holistik (bütüncül) tedavi yöntemi uygulanmaktadır, çünkü insan sağlığının evren ile ilişkili olduğu düşüncesi vardır (https://www.nccih.nih.gov/Erişim Tarihi 28.11.2022). Evrenle kurulan bağ da bireyler, evren biziz ve evrende ki her şey bize aittir düşüncesine yönelmesi, yöntemin tercih edilmesin de etkili olmaktadır. Kilo alımında bireyin biyolojik açlığı dışında, duygusal açlığı da etkili olmaktadır. Kişi bazı duygu durumlarında endişe, kaygı, üzüntü, stres... gibi düşüncelerden kurtulmak için, yemekler ile duygu durumlarını bastırmaktadır. Duygusal açlık en büyük kilo alma sebeplerinden birisidir (Aslan. Köseler ve Beyaz 2022: 232). Duygusal açlığın tedavisinde önerilen yöntemlerden birisi de hipnozdur. Hipnoz, Yunan terminolojisinde uyku anlamın da kullanılan "hypnos" kavramından üretilmiştir. Hipnoz yöntemi bireyi kaygıdan ve yargılayıcı düşüncelerden uzaklaştırırken, istenen düşüncenin de kalıcı olmasını sağlamaktadır (Uran, 2004: 33-83).Hipnoz sağlık branşında tamamlayıcı ve geleneksel tıbbın içerisinde konumlanmaktadır. Klinik, tıbbi ve bilimsel alanlarda başarılı hipnoz uygulamaları, yöntemin seçilmesinde etkili olmuştur (Öztürk, 2019: 123). Spritüel bir yöntem olan yoga, meditasyon, derin nefes alıp verme (pranayama) uygulamalarını içeren zihin ve beden egzersizidir (Maşa ve Ceylan,2020: 332).Yoga, bireyin bilincinin evrensel bilinç ile buluşmasını anlatmaktadır. Yoga bir yaşam felsefesi olarak ortaya çıksa da kilo vermek amaçlı da tercih edilmektedir. Yoga beden ile iletişim haline geçmemizi sağlamasından dolayı, kişinin bedenindeki farkındalığın da sağlanmasında yardımcı olmaktadır. Yoga terimi, Hindistan kökenlidir ve manevi ihtiyaçları gidermek için uygulanmaktadır. Ruh, zihin ve beden üçlüsünü disiplin altına alarak tedavi etme gücüne sahiptir. Popüler kültürde yogaya karşı büyük bir ilgi bulunmaktadır. Yoga felsefesi gereği fiziksel zihinsel ve ruhsal bedene zarar veren tüm öğeleri reddetmektedir çünkü bedene verilen zarar, aynı zamanda ruhu da zedelemektedir. Korku, stres, üzüntü gibi negatif durumlar bireyin

hem ruhunu hem de bedenini etkilemektedir (Birdee vd.,2008: 1653-1658). Kilo almaya neden olan durumlar arasında stres önemli bir faktördür, yoga stres yönetimini ele alarak, bireyin daha sakin bir hayat yaşamasını sağlamaktadır. Bedensel değişim sağlayan ve kilo kaybını sağlamada da yoga etkili olmaktadır bedensel değişimde faydalı olan bazı yoga duruşları; plank pozu, insan bu duruşta özünü güçlendirirken aynı zamanda, karın kaslarını gerdirir ve sarkmaları toparlamaktadır. Savaşçı duruşunda ise, sadece 1,2 dakika bu duruşta durmak dengeyi sağlarken aynı zamanda bacakları ve kolları güçlendirir ve karın kasları gerginleştirmektedir. Köpek duruşu, konsantrasyonu ve kan dolaşımını hızlandırır, tüm vücudu şekillendirir ve forma sokar. Tekne duruşu, karın kasları üzerinde etkili olan bu pozisyon, sindirim sitemi ve metabolizma çalışmasını düzenlemektedir ve tiroit rahatsızlıklarında etkilidir. Güneşi selamlama duruşu, kasların gevşemesini sağlarken, sindirim sistemini uyarmaktadır (Seki Öz, 2020: 399-405). Spritüel bir yöntem olan yoganın, kilo verme üzerindeki etkilerinden ve hangi pozisyonlar ile kilo veriminin sağlanacağı anlatılmıştır. Yoga kimi zaman bir spor olarak algılansa da bir yaşam felsefesi ve meditasyonudur ve alternatif tedaviler kapsamındadır. Alternatif tedaviler genellikle bütüncül bir şekilde bireyin tedavisini sağlamaktadır. Bedensel, ruhsal ve zihinsel açıdan bireye konforlu bir yaşam sunması bu yöntemlerin tercih edilmesinde önemli bir etkendir. Bu yöntemlerin tercih edilmesinde çok eskiden, günümüze kadar gelmesi de etkili olmaktadır kültürel kodlar toplumun seçimlerini çoğunlukla etkilemektedir. Obezite çözüm yolları belli kategorilere paylaştırılarak aktarılmaya çalışılmıştır. Bireylerin kilo vermesin de birçok çözüm yolu bulunmaktadır. Tedavi seçeneklerinin gün geçtikçe kolay olması ve artması şişmanlığın büyük bir sağlıksal ve estetiksel bir problem olmasına dayanmaktadır. Bu yöntemlerin tercih edilmesinde ve bireyin kilo vermesi gerektiğini düşünmesinde sosyal medyada etkili olmaktadır.

2.3. Sosyal Medya

Yeni bir medya terimi olan, sosyal medya bireyler arası ilişki, iletişim, etkileşim gibi toplumsallaşma imkanlarını topluma sunmaktadır. Kavramın literatürler de bir çok tanımı bulunmaktadır. Web 2.0 ismiyle kullanılan, bireylerin düşüncelerini, deneyimlerini, tecrübelerini birbirine ulaştırdığı çevrimiçi teknoloji ve uygulamalardır (Alikılıç ve Onat, 2007: 903). Sosyal medya kullanımında her hangi

bir zaman yada mekan sınırlamasının olmaması uygulamaların sınırsızlığını göstermektedir (Bat ve Vural 2010, 3351). Terim, bireylerin aralarında çeşitli konulara dair içeriklerden oluşturulan, paylaşımların sunulduğu alanı ifade etmektedir (Vardarlıer ve Zafer 2019: 852). Sosyal medya kavramı mesajların iletimin de önemli bir yerdedir. Bunun yanı sıra kısa sürede ilgi çekmesin de bir haber kaynağı olarak da kullanılması etkili olmuştur (Westerman, vd. 2012: 200). Sosyal medya terimine dair birçok tanım kullanılmaktadır. Aynı zamanda sosyal medyanın bilginin ve mesajın yayılmasında sağladığı imkanlarda sosyal medyanın tercih edilmesin de önemli bir etken olarak değerlendirilebilir.

İnsanlar kendilerini ben kimim? sorusu ile meşgul ederken bir taraftan da küreselleşen dünya ve teknolojik gelişmelerin içerisinde bulmaktadır. Bireyler çevresel gelişmelerine sosyal medya ortamlarını da eklemiş nasıl davranması gerektiğini bu ortamlardan öğrenmeye başlamıştır. Sosyal medya bireye bir şeyler aktarmaya çalışırken, bir taraftan da sosyal ve toplumsal etkileşimlerin önemini anlatmaya çalışmaktadır. Bu düzenden sapmak istemeyen birey zamanla sosyal kimliğini, bu ortamlarda ifade edildiği gibi düzenlemeye başlamıştır. Toplumsal rollerin ve statülerin önemli olması ile sanal bilgiler daha fazla önem kazanmıştır. Sosyal medyanın bireye aktardığı kimliksel bilgiler, bireyi kendi gerçek benliğinden uzaklaştırabilmektedir (Özdemir ve Yıldırım, 2019: 179). Sosyolojide kimlik kavramı, bireylerin benlik duygusuna değinmektedir. Benlik ise, bireyin toplumdan aldığı olumlu ve olumsuz yorumlar ile, bireyin kendisine göstermiş olduğu pozitif ve negatif düşüncelerdir (Çalışır, Okur ve Çakıcı, 2015: 267-290). Sosyal medya kuruluşunda belli amaçlar kurallar vardır. Kullanıcı, bu kural ve amaçlar dışına çıktığı vakit, hem hesap sahibi hem de diğer kullanıcılar olumsuz etkilenebilmektedir. Sosyal medya, bireylerin; kültürel, ekonomik, siyasi, hobi, vb. yaşantıları üzerinde bir etkiye sahiptir. İnsanlar artık ne alınmalı, ne yenilmeli, nereye gidilmeli gibi bir çok öneriyi sosyal medyadan öğrenmektedir. Bu durum bireylerin çoğu ihtiyacının sosyal medya yönlendirmesi ile olduğunu göstermektedir. Yeni medyanın sunmuş olduğu imkanların yakından takip edilmesi, bireylerin tüm eylemlerine yansıdığının işaretçisi olmuştur. Bireylerde beden algısının ve kimlik oluşumunun ilişkili olduğu varsayılarak, sosyal medyanın bireylerde beden algısını oluşturmasında etkili olduğu literatürlerde de ifade edilmektedir.

2.3.1.İdeal Bedenin Tasarlanmasında Sosyal Medya

Beden Algısı kavramı geçmiş zamanlardan itibaren bireylere sürekli dayatılmaktadır. İlk çağlardan beri beden algısı; bedenin, kimliğin ve benliğin biçimlendirilmesinde yardımcı olmuştur. Tarihte farklı dönemlerde siyasal ve kültürel anlamda lider olan topluluklar, toplumda ideal beden fikirlerinin oluşturulmasında etkili olmuştur. Fakat bu etki hiçbir zaman postmodern dönemdeki kadar baskın olmamıştır. Post modern dönemde teknoloji ve iletişim yönünden ilerlemeler hız kazanarak, sınıfsal ayrımlar yıkılmaya çalışılmış ve yeniden oluşturulmaya başlanmıştır. Bu yapılandırma ve düzenlemede ideal beden anlayışı sınıf ayrımı olmadan tüm bireylere aktarılmaya çalışılmıştır bu aktarımda sosyal medya büyük bir işleve sahip olmuştur (Baldil, 2017:9). Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler bireye sunmuş olduğu hizmet ve ürün gelişimi ile bireye beden değişiminin kolaylığını aktarmıştır (Barış,2014: 32). Böylece post modern dönemin, post modern bireyleri ideal bedene sahip olmak için, dilediği gibi bedenini değiştirmeye başlamıştır. Post modern dönemden önceki dönemlerde şişmanlığın sağlıklı ve güzel bir bedene işaret ettiği dönemlerden geçilmiştir. Bugün ise zayıf, ince, sıkı, narin, yağsız ve kas oranı fazla bedenler sağlıklı ve güzel olarak nitelendirilmektedir. Post modern dönemde tüketim toplumunda; sağlıklı, güzel, ince, kaslı, enerjik, genç ve canlı gibi görüntülere sahip olmak sanki toplum tarafından kabul görmekte bir araç olarak algılanmaktadır. Küreselleşmiş kapitalist toplumlarda hedeflenen sorunsuz bir sistemin ilerlemesi için, bireylerin ideal beden fikirlerinin değiştirilmesi önem arz etmektedir, dolayısıyla bedene yönelik çalışmalar ve projeler üretilmiştir. Günümüzde bu projelerde hızlanmalar görülmektedir, bedene yönelik proje çalışmalarında medya önemli bir araç olmuştur. Sosyal medya üzerinden bireye aktarılan makyaj videoları, solaryum, epilasyon, yağ aldırma, vücut gerdirme, botoks teknikleri ve diyet programları hem kadın hem de erkek bedenlere güzel ve yakışıklı olmanın yöntemlerini göstermektedir (Ayaz, 2018: 67). Bedene müdahale etmenin yol ve yöntemlerini göstermek için sosyal medya büyük bir işleve sahip olmuştur. Sosyal medya bireyin bedenini değiştirmesi için sayısız paylaşımlar yaparak bireyi toplumsal dayatmaların içerisine hapsetmiştir.

Ulusal şirketler, kapitalist sistem ve tüketim toplumu postmodern dönemde sosyal, siyasal, estetiksel, finansal ve kültürel alanlarda etkili olmuştur. Bu dönemde birey

tüketerek varlığını göstermeye başlamıştır ve yine bu dönemde hem medya hem de sosyal medya başrol olmuştur (Jameson, 2015: 15-30). Sosyal medya tüketim tercihlerinin değişmesini de sağlamıştır. Moda, imaj, güzellik ve estetik gibi gösteriş içerikli tüketimler gerçekleştirilmiştir. Postmodern dönemden önce kıyafetlerdeki markalar, kıyafetlerin iç kısmında yer alırken postmodern dönemde markalar, büyük puntolar ile kıyafetlerin dış kısımlarında yer almıştır bu durum gösterişin, tüketimin bireyler arasında önemsendiğini kanıtlamaktadır (Aydoğan, 2005: 30). Bireyler toplumda kullandıkları ürünler ve yaptıkları seçimler ile bulunduğu sınıfı ve ekonomik durumunu sergilemeye başlamıştır. Bu gösteriş ve sunuşa dayalı yaşayış biçimi postmodern bireyleri yaratmıştır. Postmodern dönemde sosyal medya kullanmak bir boş zaman aktivitesi olarak değerlendirilmiştir. Boş zaman aktivitesi olduğu gibi, yaşama dair düşünceler, duygular, davranışlar ve ideolojilerin oluşmasında da önemli bir yer edinmiştir. İletişim çağında yaşanan gelişmeler ve sosyal medyanın insan hayatı nüfusuna dahil olması kitle kültürü anlayışını oluşturmuştur. Ortaya çıkan kitle kültürü anlayışı bedenleri rekabetçi ve hiyerarşik şekilde düzenlerken bir taraftan da toplumsal yaşam ve sosyal medya yaşamında özgürleşmelerini benimsetmiştir. Sosyal medya bedenlerin kusursuzlaşması ve özgürleşebilmesi için bir çok politikayı bireylere sunmaya başlamıştır. Günümüzde sosyal medya aracılığı ile, bedenlere yönelik baskılar, söylemler, müdahaleler ve pratikler ile bedenler biçimlendirilmeye ve dönüştürülmeye başlanmıştır. Toplum içerisinden seçilen hedef kitleye medya üzerinden iletiler sunularak, bedenler tasarlanmaya başlanmıştır (Odabaş, 2008:56). Sosyal medya bireyselleşme, yaşam biçimi, beden ve kimlik gibi hususlar üzerinden bireylerin hayatlarına etki etmeye başlamıştır. Bu alanda birey nasıl giyinmesi gerektiğini, evini nasıl dekore edeceğini, misafirlerine nasıl sunumlar yapabileceğini ve en önemlisi bedensel görünümünü nasıl düzenleyebileceğini yani zamanını nasıl geçirmesi gerektiğini sosyal medya alanlarından öğrenmeye başlamıştır. Bireylerin hayatına bir şekilde dokunmayı başarabilen sosyal medyada; doktorlar, spor antrenörleri, beslenme danışmanları ve estetisyenler belirli dayatmalar üzerinden tüketimin gerçekleşmesinde etkili olmuşlardır (Baldil, 2017: 65-66). Bedenin değiştirilmesi için sosyal medya güçlü bir etkiye sahiptir. Bedenin kusursuzlaştırılabilmesi ve güzelleştirilmesine odaklanan sosyal medya, popüler kültür ve tüketim kültürü hedeflerini gerçekleştirmek için dijital mecralardan bireylerin eksik yönlerini bir dışlanma durumu üzerinden ifade

ederek, eksikleri tamamlamasının kolaylığını ve gerekliliğini belirtmeye çalışmıştır (Coşgun, 2012: 837-850). Günümüzde var olan ideal beden ve ideal güzellik algısının oluşmasında ve topluma dayatılmasında sosyal medyanın büyük bir etkisinden söz edilebilir. Bireylerin bedenleri hakkındaki olumsuz düşüncelerden faydalanarak, bireylerin tüketim eylemlerinde bulunmasında etkili olmuştur. Sosyal medya bireylerin bedenlerinde sevmediği kusurlardan kolay bir şekilde kurtulabileceğinin mesajını sürekli paylaşarak tüketimin gerçekleşmesinde etkili olmuştur.

Sosyal medya alanlarında birey bedenini dilediği biçimde sergilemektedir aynı zamanda birey bedeninin hayalindeki gibi değiştirebileceğini ve dönüştürebileceğinide bu platformlarda öğrenmektedir. Kusursuz ve mükemmel bir bedene sahip olmak tarih boyunca tüm insanlar için huzur ve mutluluk getirmiştir bu yüzden ideal beden için çözüm yolları aramak her zaman varlığını sürdürmüş ve sürdürmeye devam edecektir. Bireyin kendisini sevmesi, bedenini beğenmesi benlik algısı ile yakından ilişkilidir. Beden algısı ve beden doyumu bireylerin özgüvenini, kimliğini ve benliğini etkilemektedir. Kişilerin fiziksel görünümünden memnun olması psikolojik durumunu da olumlu etkilemektedir (Rudd ve Lennon, 2000:153). Bedenleri belirli antroparametrik kalıplara göre idealize etmek toplumun beğenisine hitap etmektedir örneğin; 90-60-90 ölçüsünün kadınlarda ideal göğüs, bel ve kalça ölçüsü belirlenmesi toplumun beğenilerine göre belirlenmiş vücut ölçüleridir. Özellikle kadın bedenler için narin ve zayıf bedenler güzel ve ideal olarak belirlenmiştir, erkek bedenler için ideal görüntü durumu; uzun boy, kaslı vücut ve geniş omuzlardır (Ayaz, 2018: 68-69). Sosyal medya tüketim toplum yapısı ile birleşerek bu görüntülerde olmayı normalleştirmeye çalışmaktadır, bu görüntülerde olmamak ise anormal bir durum olarak empoze edilmektedir. Beden algısı dinamik bir yapıya sahip olarak sürekli sosyal medya aracılığı ile, bedene dair stabil durumları, toplumsal cinsiyet rollerini, imajı - modayı ve trendleri görsel ve yazılı biçimde sunmaktadır.

Toplum sisteminde kaybolmak istemeyen birey bedenini sosyal hayatın kabul ettiği standartlara göre inşa etmeye mecbur bırakılmıştır. Bu bağlamda post modern toplumdaki post modern birey beğenilmek, güzel olmak ve ilgi çekmek gibi görevleri tamamlamak zorunda hissederken bir taraftanda bu durumlara ulaşabilmek için bir

istekte ve talepte bulunmaya başlamıştır. Bu istek ve zorunluluk sosyal medya üzerinden; "bedenimi seviyorum, kendim için güzelleşiyorum, ben buna değerim" gibi motivasyon içerikli söylemler üzerinden gelişim göstererek ideal beden için çabalamanın gerekli olduğunun mesajını yaygınlaştırmaktadır.

Sosyal medya aracılığıyla gerçekten uzak, ortalama bir bireyin sahip olamayacağı ideal bedene erişmeye çabalayan bireyler, ulaşamadıklarında negatif bir biçimde etkilenmektedirler. Herhangi bir objektif yada gerçek bir kanıtı olmadan ideal beden gösterimleri paylaşmak bireyin kendisini beğenmemesine ve eleştirmesine sebep olmaktadır (Elciyar, 2018: 306). Var olan algılara göre bedende hangi durumların kusur olabileceği belirtilmiş ve ardından bu kusurların toplumda göze çarpabileceğine yönelik paylaşımlar yaygınlaştırılmıştır. Bedenlerdeki kusurlar için ürünler kullanmak yada bir takım uygulamalar yaptırmak ise güzelliğin, gençliğin ve toplumda beğenilmenin işaretçisi olmuştur (Ergenekon, 2006: 62-63). Sosyal medya alanlarında bireyler birbirlerini etkilerken, bir taraftan da birey kendisini ve bedenini ideal düzeyde değiştirmeyi paylaşımlar aracılığı üzerinden öğrenmeye başlamıştır. Sosyal medyada yer alan görseller bireylerin idealize edilen benliğine ve toplumdaki ideal bedenlere fikir olmuştur. Platformlardan öğrenilenler ile, birey kendi bedenini, benliğini ve sosyal kimliğini gösterme biçimini de yönlendirmeye başlamıştır. Hemen, hemen her bireyin elinde bulunan cep telefonları fotoğraf ve video çekebilme özelliğini taşımaktadır. Böylece bireyler bulunduğu her yerden beden ve imaj pratiklerini paylaşmaya başlamıştır (Özdemir, 2015: 114-117). Dolayısıyla birey sosyal medyayı tercih etmesi ile toplumun benimsemiş olduğu normları, kültürü ve düşünceyi daha kısa sürede öğrenme imkanınıda yakalamıştır. Birey sosyal medya platformlarında görmüş olduğu ideallere ve algılara göre bedenine yön vermek zorunda kalmıştır. Gerçek yaşamın yanında beden, sosyal medyada da gösterime çıkmıştır. Beden algısı kişinin toplum tarafından edindiği birikimler ile bedeninde taşıdıklarından ve gösterimlerinden oluşmaktadır. Sosyal medya ile üretilen algılar sınır tanımadan her mekanda ve her zaman aralığında hızlı bir şekilde yayılma imkanı bulmaktadır. Tüketim merkezli post modern dönemde sosyal medya endüstriyel bir alan haline gelerek bir çok şeyin tüketiminde etkili olduğu gibi beden inşa ederek bedenin tüketimindede etkili olmuştur. Gündelik hayatın tıbbileştirilmesi sonucunda sağlık ve güzellik ulaşımı için ortak bir işbirliği içinde hareket etme durumu başlamıştır (Timurturkan, 2015: 85). Burada ortak hareket etmeyi sağlayan

durum, sosyal medyada yayılım göstermeye başladığı gibi, tıbbi bilgilerin de artık uzmanlık dışına atfetmesine ve isteyen her bireyin; algı, söylem ve çeşitli pratikler üretmeye başlamasına neden olmuştur. Medya, gazete, dergi, reklam, sosyal medya araçları kitlelere hitap ederek ideal beden sunumları ve güzellik söylemlerinin, politik ve kâr amaçlı toplum yapısını ortaya çıkardığını söylemek yanlış olmaz dolayısıyla bu düzende, ideal bedene ulaşmak için belirli harcamalar yapmak kaçınılmaz olmuştur. Bir şeyleri satın alarak belirli güdümleri oluşturan tavsiyeler ve önerilerin artmasında sosyal medyanın kullanılırlığının etkisi bulunmaktadır. Bireyleri bilinçlendirmek ve daha sağlıklı bir yaşam sunmak amacı adı altında, sağlık politikalarının ve sağlık hizmetlerinin pazarlanabildiği alanlardan biriside sosyal medya ortamlarıdır (Timurtürkan, 2015: 88). Beden, toplumsal olarak ikna edilmekte ve bireysel olarak sunulmaktadır ve siyaset mekan olarak insanın doğasını tercih etmenin doğru bir davranış olabileceğini düşünmüştür (Fiske, 2003: 90). Birey bedeninin kontrolünü kendi doğası ve kendi disiplini ile sağlasada o duruma gelmeden önce toplumsal politikalar etkisini ve baskısını göstermeye başlamıştır (Demez, 2012: 524). Obez olmak, zayıf olmak, fit olmak, kaslı olmak gibi söylemler bireysel olduğu kadar toplumsaldırda. Birey sağlıklı, genç, güzel olarak algılanmak için sosyal medyada dayatılan ve üretilen her şeyi kendi istediği ve rızası ile tükettiği gibi toplumun beklentisine görede hareket etmektedir. Beden gündelik hayatın bir parçası olmasından dolayı düzenlenmeyi, biçimlenmeyi ve kontrol altına girebilemeyi toplumsal söylemler tarafından öğrenmektedir. Bu algıların ve söylemlerin oluşturulmasında çeşitli sosyal medya araçları ve uygulamaları önemli bir konuma sahiptir.

2.3.2. Sosyal Medya Araçları ve Uygulamaları

İdeal bedene dair bireylerin fikir edinmesinde ve bu fikirlerin yaygınlık göstermesinde bazı sosyal medya araçları ve uygulalamaları bulunmaktadır. En yaygın sosyal medya araçlarından birisi bloglardır. "Web ve Log" sözcüklerinin bir araya gelmesi ile oluşmuş ve ilk olarak "Weblog" olarak isimlendirilmiştir, zaman geçtikçe kısaltmaya gidilmiş ve "blog" olarak adlandırılmıştır. Türkçede "ağ günlüğü" olarak anlam kazanmıştır kavram, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de blog olarak bilinmektedir (Özata ve Öztaşkın, 2005: 36). İnternet teknolojisine dayalı iletişimi sağlayan bloglar, 1997 yılından beri blog olarak adlandırılsa da

ülkemizde 1993'ten beri kullanımı ve varlığı mevcuttur. Ağ günlüğü seyir defteri olarak görülen bloglar, bireylerin internet üzerinden iletişime geçmelerini sağlarken, fikir ve deneyimlerini paylaşmalarını yada yaşamlarından bazı kesitleri fotoğraflayarak paylaşma imkanı tanımaktadır (Aydınalp, 2013:6). Bloglarda bu paylaşımlardan sonra okuyucular paylaşımlar hakkında olumlu yada olumu dönütler yaparken bazende önerilerde bulunmaktadır. Günümüzde web teknolojisi ile yapılan bu yazma eylemi "blog" olarak isimlendirilirken içeriği oluşturan bireye ise "blogger" adı verilmiştir (Valiyeva, 2018: 267). We Are Social'ın raporun da 2022 Ocak ayında, sosyal medya kullanıcısı 68,90 milyondur. Bu sayı nüfusun yaklaşık yüzde seksenına eşittir (https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/ Erişim Tarihi 04.01.2023) Bu değer, sosyal medyanın Türkiye'de büyük bir kesim tarafından tercih edildiğini göstermektedir.

Sosyal medyanın beden hakkındaki söylemlerine bakıldığında makyaj, moda, stil, spor, kişisel bakım, fit ve kaslı vücutlar, güzellik formülleri içerikli blog yazıları, bunları oluşturan bloggerler ve blogları sıkı takip eden bir okuyucu kitlesi bulunmaktadır. Fitwell isimli bir blogda, kilo veren bireylerin başarı öyküleri anlatılarak, okuyucuya güç ve motivasyon içerikli yazılar kaleme alınmaktadır, aynı zamanda sporun nasıl yapılması gerektiğini anlatırken, yaşam boyunca ideal kiloyu korumak amaçlıda nasıl beslenilmesi gerektiğini anlatan bir blogdur (https://blog.fitwell.com.tr/Erişim Tarihi 18.11.2022). Blog takibin de olan bireyler takip edecekleri blogların içeriklerine odaklanarak, ilgi ve ihtiyaçlarına göre blog seçiminde bulunmaktadırlar. Bir diğer sosyal medya aracı mikrobloglardır. Mikro terim olarak küçük anlamına gelmektedir. İçerdiği anlam sebebi ile en fazla 280 karakterden oluşan kısa yazılardır. Anlık bir iletişim, bilgi, haberleşme platformları bu isimle anılmaktadır. Günümüzde akıllı telefon, bilgisayar ve tablet kullanımının sürekli artması mikroblog sayısını giderek arttırmaktadır (Dağıtmaç, 2015: 50). Bloglara kıyasla, daha net ve duru anlaşılırlığı olan mikrobloglar sürekli güncellenerek kullanıcılara daha yeni bilgiler sunmaktadır. Bloglara göre daha sınırlı karaktere sahip olmasından dolayı bir gün içinde daha sıklıkla paylaşımlar sunmaktadır. Oldukça fazla kullanıcısı olan Facebook Twitter uygulamalarının yanında Linkledin, Myspace, Tumblr platformları da mikroblog olarak kabul edilmektedir (Özata, 2013: 85). Paylaşımların kısa ve duru olması bunun yanında sürekli paylaşımların güncel olmasıyla pek çok kullanıcının bilgiye istediği anda

ulaşımını sağlamaktadır. Son olarak tercih edilen sosyal medya aracı ise wikilerdir. Hawai dilinde "hemen" anlamına gelen "wikiwiki" kelimesinden gelmiştir, web kullanıcılarının kendi sayfalarında istediği biçimde düzenlemeler yapabilmesine imkan tanıyan ilgi sayfalarıdır. Wikiler sayesinde kısa sürede belirli dosyalar ve dökümanlar oluşturabilmektedir bu sayede dosyalar kolayca kayıt altın alınabilir (Aytekin, 2011:9). Wikiler ortak amaçlı çalışan şirketlerde yoğun talep görmektedir. Wikiler şirketler tarafından yoğun bir ilgi ile kullanıldığı gibi, paylaştığı dosyaları kullanıcılar ile paylaşarak üretim ve satış teşvikli politikaların hızla yayılmasındada etkili olmuştur (Safko, 2012: 159). Wikiler yapısal anlamda bloglar ile benzerlik göstermektedir fakat bloglar şahsi bir kullanıma sahipken, wikilerde böyle bir şart aranmamaktadır. Bloglarda diğer kullanıcılar yazarın yazısına herhangi bir yorum yapabilirler ama yazıyı değiştirme yada kaldırabilme imkanları bulunmamaktadır wikiler de ise kullanıcılara bu hak tanınmaktadır (Altun, 2005: 66). Wikilerde makaleler gibi bilimsel içerikli yazılarda yer almaktadır örneğin wikipedia gibi. Sosyal medya araçlarına kıyasla sosyal medya uygulamaları toplum tarafından daha fazla bilinmektedir.

Sosyal medya uygulamaları ise sosyal medya araçlarına göre daha sık tercih edilmektedir. Uygulamalardan ilki Instagram, ingilizcede "anlık - hızlı" anlamlarında kullanılan "instant" kelimesi ve "telgraf'" anlamına gelen, "telegram" kelimelerinin birleşimi ile meydana gelen bir sosyal medya uygulamasıdır. Bireyler uygulamada hayatlarından bazı kesitleri fotoğraflayarak paylaştığı gibi, birbirleri ile gerek yorumlarda gerekse mesajlarda iletişime geçebilmektedir (Tufan Yeniçıktı, 2016: 95). 2010'da Kevin Systorm ve Mike Kreiger tarafından tasarlanan bu uygulama, kısa sürede bir çok kullanıcıya sahip olmuştur. Aradan geçen bir yıl sonunda 150 milyon civarında fotoğrafı elde eden Instangram, (#) hashtag'lerini üretip uygulamada belirli bir tema altında içerikleri birleştirerek kullanıcılara sunmaya başlamıştır. Twıtter'da olduğu gibi belirli bir mesajı ulaştırmak isteyen içerikler hashtag'ler altında birleştirilmiştir. 2012 yılında gösterdiği gelişimler ile giderek öne çıkan uygulama yüklü bir miktar karşılığında Facebook tarafından satın alınmıştır (Özeltürkay vd., 2017: 178). Instagram, her kullanıcının dikkatini çekerken bir taraftanda, özellikle genç kuşağın kimliğini tasarlamasında yol göstermeye başlamıştır (Manovich, 2016: 4-11). Dünyanın her köşesinden milyonlarca bireyin bıkmadan kullandığı Instagram; fotoğraf, video ,moda, spor, yeme-içme, giyim,

müzik, vs. birçok trendi içinde bulundurarak her kullanıcının ilgisine göre zengin içerikleri barındıran bir uygulamadır. Sosyal medya uygulaması Instagram, sürekli artan kullanıcı sayısı ve sunduğu imkanlar ile işletmelerinde dikkatini çekmeye başlamıştır (Özeltürkay vd., 2017: 179-180). Çünkü uygulama işletme sahiplerine düşük bir bütçe ile büyük kitlelere ulaşımanın cazibesini sunmaktadır reklamında işlevinden faydalanarak sadece üreticiden tüketiciye değil, tüketiciden tüketiciye de ulaşımda kaynak olmuştur.

Bireyler kimlik oluştururken sosyal beğenilerin etkisi altında kalmaktadırlar dolayısıyla onaylanma isteği ve toplum tarafından olumlu bir izlenim kazanmak amacıyla iletişimde ve etkileşimde kimliklerini toplumun beklentisine göre sergilemeye çalışmak durumunda kalmışlardır. Bireylerin kimlik gösterimlerinde ve imajlarında bir nesneymiş gibi gerçekleştirdiği eylemler; çevrelerinde bulunan bireylerin düşüncelerini, tutumlarını, beğenilerini kazanmak hedefli yapılmasından dolayı amaçsal eylemlerde bulunduklarını göstermektedir. Bireyin kimlik gösteriminde sergilediği bu davranışlar diğerlerini etkilemek ve kendi eylemlerine yönlendirmek amacıda taşımaktadır.

Büyük bir ses ve görsel içeriğine sahip olan YouTube, 15 Şubat 2005 tarihinde kurulmuş ve çok kısa bir süre sonra 1.64 milyar dolar karşılığında satılmıştır (Mutlu ve Bazarcı, 2017:31). YouTube bir Google kuruluşu olarak varlığını sürdürmektedir. Profesyonel ve amatör bireyler tarafından videolar paylaşmak bir dijital mesleği ortaya çıkarmıştır bu meslek, YouTuber'lık olarak bilinmektedir. Youtuber olarak tanınan kesimler; uygulamayı üretici olarak kullanmakta düzenli olarak video üretmekte, ürettiği içerikler üzerinden belirli bir kitleye seslenmekte ve kitle tarafından yoğun bir şekilde takip edilmektedir. Uygulamada, ürettiği videolar ve içerikler ile belirli bir kitleye seslenen kullanıcılara fenomen / "influencer" (etkileyici) olarak da bilinmektedir. YouTube uygulamasında tıpkı bloglarda olduğu gibi içerik oluşturan bir kesim yer almaktadır. Bu kesimin yapmış olduğu paylaşımlara "vlog" ismi verilirken, üreticisine "vlogger" ismi verilmiştir (Alişarlı ve Eken, 2018: 157-158). Sosyal medyanın oluşturmuş olduğu çeşitli meslek grupları hayranlarının kararlarını etkilemeyi başarmıştır. "Think with Google" 'un yayınlanan bir raporunda oldukça fazla bir hayran kitlesi olan ve rol model alınan youtube fenomenlerinin, özelliklede genç kesime seslenenlerin, diğer youtuberlerdan daha

önde olduğu belirlenmiştir (Mutlu ve Bazarcı, 2017: 34).Günümüz dünyasında belirli bir kitlenin fenomenleri, infuluencerleri hayranlıkla takip etmesinde bir sebepte; bireylerin hayallerinin ve dönüşmek istedikleri hallerin bu bireylerde vücut bulmuş bir biçimde yer almasıdır (Talimciler, 2018: 45). Bu sayede video üreticileri, hangi kitleye hitap etmek isterse, kitlelerin ilgi ve isteklerine göre videolar oluşturmaya özen göstermişlerdir.

Zengin içerikleri ile tanınan Pinterest, 2009 yılında Paul Sciarra, Ben Silbermann ve Evan Sharp tarafından kurulmuştur, uygulama kullanıcılarına ulaşımı 2010'da gerçekleşmiştir. Uygulama her alanda çeşitli görseller, grafikler ve tablolar ile kendisini göstermektedir (Gafuroğulları, 2015:174-175). Pinterest uygulaması ortak ilgilerde ve isteklerde kesişen bireyleri platform içinde buluşturarak iletişimin veya etkileşimin gerçekleşmasinide sağlamaktadır. Pinterest günümüzde moda, kişisel bakım, egzersiz, diyet, detox, popüler kültür, vs. içerikli paylaşımlarla dikkatleri üzerine çekmeyi başarmıştır. Bu yüzden beden-sosyal medya ilişkili çalışmalarda irdelenmesi gerektiği düşünülmektedir. Aynı zaman da moda olanın kullanılması yönünde teşvik edici mesajlar vererek tüketime de teşvik edebilmektedir (Birol ve Güdekli, 2017: 1617- 1635). Pinterest, zengin içerikleriyle kullanıcılara ideal bedene yönelik görseller üzerinden yön göstermektedir.

Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından 2004 yılında kurulmuş olan Facebook, sadece üniversite öğrencilerine açık bir uygulama olarak kullanılmıştır daha sonra dünya geneli bir uygulamaya dönüşmüştür (Kabakçı ve Köker, 2017: 49). Facebook bireyler arası etkileşimi sağlarken, kurum-birey veya kurum-kurum iletişimini ve etkileşimini de sağlamaktadır. Facebook'ta bireylerin takip ettikleri sayfalara ulaşan işletmeler ve kurumlar, kullanıcıların ihtiyaçlarına göre reklamlar ve tanıtımlar hazırlayarak sosyal medya aracılığı ile kazanç sağlamaktadır (Jang,vd., 2015:162). Facebook ortamlarında yer alan pazarlama sayfaları ticaret merkezi olarak algılanılmaktadır. Bu bağlamda işletmeler ve kurumlar kendi markalarını tanıtmanın imkanını yakalamışlardır. Ücretsiz bir uygulama olması ile hem bireyler hem de kurumlar Facebook'u yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Uygulamada bireyler beğeni, yorum, mesajlaşma gibi eylemler üzerinden sosyalleşme imkanını yakalamaktadır. Bireyler arası iletişimi ve etkileşimi mümkün kılan Facebook; fotoğraf, video, ses, grafik, vs. türü paylaşımlar ile bilgi

paylaşımınında imkanını kullanıcılarına sunmaktadır. Facebook uygulaması, diğer uygulamalarda olduğu gibi zaman ve mekan kavramlarını önemsizleştirmektedir.

Coğrafi konumlar arası mesafeleri yok sayan, dünyanın her yerinden, her köşesinden bireylerin bir problem yaşamadan, iletişime geçmesini ve paylaşımda bulunmasına imkan tanıyarak ortak beğenilerde ve ilgilerde buluşan bireylerin tanışıp yakınlık kurmasına yardım etmektedir (Işık ve Topbaş, 2015: 324-326). Facebook kullanıcıları profillerini ister gizli, isterse herkese açık yaparak kullanırken, kişisel bilgilerinin dilediği kadarını diğer kullanıcılar ile paylaşarak bireyler veya topluluklarla iletişimi ve etkileşimi kurmaktadır. Uygulama grup oluşturma özelliğine sahiptir bu sayede ortak ilgilerde ve beğenilerde kesişen bireyler Facebook grupları üzerinden bir araya gelerek, hobi sohbetleri gerçekleştirme fırsatlarını yakalamaktadır.

Günümüzde eskisi kadar tercih edilmesede popülerliğini yitirmeyen sosyal medya uygulamalarından biriside snapchattir. Evan Spiegel, Reggie Brown ve Bobby Murphy tarafından 2011 yılında kurulmuştur. Bu uygulamada bireyin takipçileri ile paylaştığı fotoğraflar ve videolar zaman kısıtlaması adı altında 24 saatin sonunda kaybolmaktadır. "Snap" isimli paylaşılan fotoğraflar ve videolar en fazla 10 sn izlenilmektedir. Bu uygulamada, diğer sosyal medya uygulamalarından farklı olarak, içeriği üretenin paylaştığı bir fotoğraftan yada videodan alınan ekran görüntüsü (screenshot) alınması ile hesap sahibine bilgilendirme uygulama tarafından gönderilmektedir (Kara, 2016: 266). Story olarak isimlendirilen “hikaye” paylaşma özelliği ve bir gününün sonunda paylaşılan fotoğrafların ve videoların kaybolması, uygulama kullanımında talebi arttırmaktadır. Fakat bu özelliğin Instangram’a getirilme durumu Snapchat’e duyulan ilginin azalmasına sebep olduğu düşünülmektedir.

Twitter ise San Francisko merkezli Obvious şirketinde bir AR-GE proje çalışması ile 2006 yılında kurulmuştur. Önceleri uygulama sadece şirket çalışanları arasında iletişimi sağlamak amaçlı kullanılırken, 2006'nın Ekim ayında tüm bireylerin kullanımına açılmıştır. En fazla 140 karaktere sahip olan mesajlara "tweet" ismi verilmiştir (Vardalıer, 2021, 31). Uygulamayı kullanmanın 3 yolu mevcuttur: Masa üstü bir pc'de web sayfasından yada akıllı telefonlardaki mobil uygulamanın indirilmesi birinci yoldur. İkinci yol ise tweet atmak ardından kişileri ve kurumları takip etmek ve üçüncü adımda başkaları tarafından paylaşılan tweetleri tekrardan

paylaşım yapılması yer almaktadır. Böylece üç temel adımda bireyler kişisel Twitter alanının oluşmasını sağlamaktadır (Vardarlıer, 2021, 33). Twitter'da bazı kavramlar mevcuttur: Uygulamanın üzerinden verilen bilgi yada paylaşıma "tweet" denilmektedir ve bilinen özelliği ise 140 karakterli olmasıdır. Retweet (RT), uygulama kullanıcısı bir diğer kullanıcının paylaştığı tweeti beğenmesi yada tepki amaçlı tekrardan paylaşmı ile oluşmaktadır (Boyd, Golder ve Lotan 2010). Etiket (#hashtag), # sembolü söylenmek ve vurgulanmak istenen durumlarda, kullanıcılar sembolü kullanarak arama yaptıklarında çok kolay istedikleri içeriklere ulaşabilirler. Sembol genelde heyecanlı, hüzünlü duygularda yada durumlarda kullanılırken aynı zamand bir protesto eylemi gerçekleştiriyormuşçasına ortak etkinlikler amaçlıda kullanılmaktadır (Williamson ve Taylor, 2013: 9). Gündemdekiler kısmı, uygulama kullanıcılarının sosyal medya hayatında yada gerçek hayatta en çok sözü geçen konularda haberdar olmasını sağlarken, gündemdekiler konusunda tweet atmasınada neden olmaktadır (Lee, 2010). Gündemdekiler, popüler konulara bağlı olarak ortaya çıkmaktadır ve gündemler sayesin de birey, haber veya bilgi ihtiyacını da karşılama imkanını yakalamaktadır.

2016'da Çin'de geliştirilmiş bir uygulama olarak biline TikTok'un kurulmasında ki amaç eğlenmek, iletişim kurmak ve organize olabilmek gibi klasik sosyal medya amaçları taşımaktadır. Kullanıcılar uygulama üzerinden müzikli ve dublajlı videolarını paylaşma eylemi göstermektedir (Atalay ve Tamkoç, 2022: 17). TikTok yeni bir uygulama olmasına rağmen hızlı bir şekilde tüm dünya tarafından büyük bir kullanıcı kitlesine ulaşmıştır. Sosyal medya şirketlerinin araştırmalarına göre uygulamadaki kullanıcı yaş aralığı 16-64 olarak bildirilmektedir (https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri Erişim Tarihi: 04.01.2023) aynı zamanda bu yaş aralığının % 41.0'ının ise 16-24 yaş aralığında olduğu belirtilmektedir. (https://www.socialbusinessglobal.org/Erişim Tarihi 04.01.2023). Bu niceliksel ifadeler TikTok'un genç kesim tarafından daha yoğun kullanıldığını göstermektedir. Uygulamada bireyler dans, müzik yada canlı yayınlar aracılığı ile benliklerini sunabilme yada yeniden benliklerini üretebilme imkanını yakalamaktadır.

Uygulamayı kullananlar belirli bir sürede dans etme, dudaklardan hareketler uydurma (lip-sync), eğlenceli ve komik şakalar yapma gibi çeşitli hallerde videolar üreterek paylaşmaktadır (Uğurhan ve Yaşar, 2021: 247). TikTok uygulamasında

video konusunu hashtag'ler belirlemektedir. Bu sayede ortak konularda kullanıcılar anlaşabilmektedir. Uygulamanın toplum tarafından benimsenebilmesi için uygun bir hedef kitlesi belirlemek, doğru bir davranış olacaktır. Sosyal medyanın küreselleşme özelliği bağlamında hedef kitlenin doğru bir biçimde belirlenmesi önemli bir yer edinmektedir. Videoları izlemek için belirli sürede reklamları izlemeye kullanıcının mecbur bırakılması yada kullanıcının ilgisine göre reklamlar oluşturmak ve sunmak gibi eylemler ile hedef kitle belirlenmektedir. Hedef kitlenin belirlenebilmesi için uygulamalar gözetleme özelliğini kullanmaktadır böylece kullanıcının yaş, cinsiyet, konum, vs. özelliklerine odaklanarak bireyin ihtiyacına ve isteğine göre reklamları veya gönderiler oluşturulmaktadır. Böylece gerek uygulamanın gerekse marka sahibinin ekonomik hedefleri gerçekleşmektedir.

Son olarak WhatsApp, 2022 We Are Social çalışmasında yüzde 93' lük bir değer ile Türkiye'de en fazla tercih edilen uygulama olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri Erişim Tarihi: 04.01.2023). Çağımızda hemen, hemen her bireyin kullandığı bir sosyal medya uygulamasıdır. Anlık mesajlaşma uygulaması olarak bilinen WhatsApp kullanımında yer ve zaman kısıtlaması bulunmamaktadır (Şimşek, 2021: 496). Uygulamada sesli ve görsel iletişim sağlanırken, konum, video, dosya ve fotoğraf içerikli iletiler de gönderilmektedir. Sunduğu bu imkanların genişliği neden en çok tercih edilen uygulama olduğunun yanıtı niteliğindedir. Uygulama önceden iletişim amaçlı kullanılırken, kullanıcı sayısındaki artışla beraber günümüzde işletmelerin ticari hedeflerini gerçekleştirmek amaçlıda kullanılmaktadır.(Uzun ve Uluçay, 2017: 222). Nüfusun büyük bir çoğunluğunun kullandığı uygulamanın sunmuş olduğu imkanların yanında, uçtan uca şifreleme güvenliğide WhatsApp'ın olumlu ve güvenli bir özelliğe sahip olduğunu göstermektedir. Sosyal medyanın getirmiş olduğu bir çok yenilik bulunmaktadır. Kullanıcı sayısının giderek artmasının nedeni post modern dönemin topluma getirdiği düşünce yapısı etkili olmaktadır.

2.3.3. Sosyal Medyanın Post Modern Dönemde Yansıması

Post modern dönemde teknolojinin gelişmesi ile medya ilerlemiş ve çeşitli medya araçları da üretilmiştir. Bunlardan biriside her gün kullanıcı sayısının arttığı sosyal medya ortamları olmuştur. Sosyal medya artık bir pastane, okul, cafe gibi sosyalleşme alanlarından birisi olmuştur. Bu ortamlar bireylerin iletişime geçmesini

sağladığı gibi gerçek zamana ait paylaşımlarında yer aldığı alanlardır. Sosyal medya uygulamalarında 2.0 platformu ile kullanıcılara hizmet sunmaktadır. 2.0 platformu, sosyal medya kullanıcıların bu ortamlardan ilgi ve isteklerine yön vermekte, iletişim kurmasına imkan tanırken, hesapları kişiselleştirerek kişiye özgü paylaşımlarıda karşısına çıkarmaktadır (Kuss ve Griffiths, 2012: 278-296). Dönemsel olarak zaman ve mekan ayrımı incelenecek olunursa; üretim ve tüketim biçimlerine yönelik bir gelişme meydana gelmiştir. Her dönemin kültürel ve sosyal yaşantıları, zamanlara ve mekanlara göre farklılıklar göstermiştir. Modern dönemde sanayileşme, ekonomi ve sermaye gibi kavramların önem kazanması zamanın ve mekanın bu kavramlar üzerinden yapılanmasına sebep olmuştur. Kent merkezli mekanlarda üretimler arttığı gibi bilinçli tüketimlerde gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Post modern dönem zaman ve mekan yönünden değerlendirildiğin de önem kazanan bazı kavramlar bulunmaktadır bunlar; kişisellik, benlik yada kimlik gibi bireysel yaşama yönelik kavramlar olduğu görülmektedir. 1970'li yıllardan itibaren post modern dönemde savulan düşünce; "tarihin sonu ve gerçekliğin bitmiş olması" söylemi ile gerçeklerin yerine simülasyonların kullanılması bu durumun kanıtı olmuştur (Alp,2015: 329-330). Postmodern dönem yaşamdaki gerçek olan her şeyin tüketilmiş olduğu dönemdir. Bu bağlamda tüketimin gerçekleşmesi için sosyal medya da üretilen temsili hayatın tüketilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Teknolojinin getirdiği bir yenilik olan sosyal medya, bu dönemde bir mekan olarak karşımıza çıkmaktadır. Medyanın ve sosyal medyanın yaşamdan bir alan olarak görülmesi, gerçek ve hayali olanın arasındaki farkı yok etmesi ile ilişkilidir (Baudrillard, 2017: 16). Post modern dönemde görülen bu zaman ve mekan anlayışı, teknolojik anlamda ilerlemeleri aynı zamanda üretimin ve tüketimin de teknolojik alanlara göre planlandığının göstergesidir.

Göker, sosyal medya olgusunu, ilişki biçimlerini yeniden düzenleyen bu alanda iletişim, siyaset, gözetim, sunum, tartışma, vb. çeşitli olguların açıklanmasına ve yaşanmasına imkan tanıyana yer olarak ifade etmiştir (Göker, 2017: 165). Sosyal medya üzerinden ortak ilgilerde ve isteklerde buluşan bireyler ortak üretim ve tüketim pratiklerini sergilemeye başlamıştır. Hayatı birçok değişimde etkileyen bu alanda beden ve beden algısı da doğrudan etkilenmektedir. Sosyal medya gerçek bir ortam değil, sanal ortam olsada algıların oluşturulmasında yardımcı olmasından dolayı heteropya olarak değerlendirilmesi için yeterli bir sebeptir (Göker, 2017: 171).

Sosyal medya zaman ve mekan bağlamı içerisinde görüntülerin bir anlam ifade etmesiyle beden algısının oluşumunu da etkilemiştir. Post modern dönemde zaman ve mekanda bir değişimin olduğu görülmektedir bu değişim ise gerçek mekanlardan çok, sanal alemde imgelemlerin önemsenmesi ile ilişkilidir. Sanal mekandaki bu görüntüler, tüketimde araç olarak kullanılmış ve hemen ulaşabilirliğin mesajını vererek sosyal medya alanlarında zamanın önemsiz olduğunu vurgulamaya çalışmıştır (Çağan, 2007: 140-141). Sosyal medyadaki görseller tüketimde araç olarak kullanılırken, ürüne hemen ulaşılacağının mesajını da vermektedir bu durum post modern dönemde zamanın önemsiz olduğunu vurgulamaktadır. Post modern dönemde teknolojinin gelişmesi ve post modern dönemdeki tüketim kültürü ile sosyal medya alanında geçirilen zamanın tercihler, ilgiler, istekleri belirlemede önemli bir yeri olmuştur. Sosyal medya hız konusunda sunmuş olduğu imkan ile bireylerin; haber alma, bilgi alma ve yayılma pratiklerini küresel bir boyutta gerçekleştirmektedir. Yeni bir medya türü olarak bilinen sosyal medya, farklı alanlarda, farklı bakış açılarında ve farklı kuramlarda ele alınarak bilimsel literatürler de geniş kapsamlı çalışmalara konusu olmayı başarmış ve başarısını her geçen gün arttırmaya devam ettirmektedir. Çalışmaların fazla olması ve sürekli artış göstermesi sosyal medyanın, bireyin gündelik hayatında bu alanlarda fazla zaman geçirmesi ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada post modern dönemin getirmiş olduğu değişimler ve yeni medyanın sunmuş imkanlar üzerinden ideal beden inşasına yönelik bir inceleme ve değerlendirme yapılması amaçlanmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Çalışmanın ana kavramları literatürlerden elde edilen bilgiler ışığında açıklanmıştır. Çalışmanın metoduna bağlı olarak; çalışmanın konusu, amacı-önemi, araştırmanın yöntemi, araştırmanın temel varsayımları, araştırmanın sınırlılığı ve araştırmanın analizine yönelik bilgiler verilecektir.

3.1. Araştırmanın Konusu

Toplumda her şeyin bir sektör haline geldiği bu çağda bedensel müdahalelerde çeşitli alanlarda sektörleşmiştir. Bedene çeşitli biçimlerde (estetik, moda, diyet,vb.) müdahaleler gerçekleşmektedir. Sektörleşme edimi toplumsal hayatta gerçekleşmesinden dolayı, toplumsal etkilerden, değişimlerden ve dönüşümlerden etkilendiği varsayılmaktadır. Bu varsayıma dayalı olarak beden olgusu, hem sosyal bilimler hemde alan üzerinde çalışan araştırmacılar tarafından ayrıntılı olarak çalışılması ve araştırılması gereken konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Teknolojide ilerlemeler, teknoloji kullanıcısı olan insanın toplumsal hayatını bir şekilde etkilemeyi başarmıştır. Teknolojik ilerlemelerden biri olan internet, sunmuş olduğu imkanlar sayesinde hızında ve kullanımında sürekli bir artış yaşamaktadır. Bu artış devamında bazı yenilikler getirmiştir, bu yeniliklerin başında sosyal medya gelmektedir. Sosyal medya bireylerin internet ağları üzerinden herhangi bir zaman ve mekan sınırı veya engeli ile karşılaşmadan iletişime geçmesini aynı zamanda, bu ortamlarda duygularını, düşüncelerini, yorumlarını paylaşmalarını sağlamaktadır. Sosyal medya ortamında kullanıcılar isterse fotoğraf, video ve ses kaydı gibi sesli ve görsel içeriklerde paylaşabilmektedir. Yani bu alanlar sayesinde bireyler karşılıklı etkileşime ve iletişime geçerken, birbirleriyle fikirlerini paylaşmakta ve tercihlerine yön verebildiği web tabanlı platformda zaman geçirmektedir (Bulunmaz, 2011: 21). Sosyal medya ortamında sürekli sayısal olarak artan bir kullanıcı kitlesi bulunmaktadır. Bu niceliksel artış ile; uygulamanın; bazı kullanıcıları bazı meslek grupları ve bazı sektörlerin popülerlik kazanması da etkili olmuştur. Eğlenmek, sosyalleşmek, içerik oluşturmak, öneri almak, bilgi edinmek gibi amaçlar ile sosyal medya, toplumdaki bireyler tarafından büyük bir ilgiyle takip edilmektedir. Kullanıcılar sosyal medyayı kullanırken kendileri hakkında bazı bilgileri paylaşmak

durumunda kalmaktadır. Görsel temalardan oluşan bazı paylaşımlar, bireylerde ideal beden algısını oluşturmaktadır ve bu oluşturma ile kendilerine karşı bir eleştiri oluşturmalarınıda ortaya çıkarabilmektedir (Kılıç ve Karakuş, 2016: 3837). Bunun sonunda birey fiziksel yansımasının diğerleri tarafından nasıl göründüğünü ve algılandığını irdelenmeye başlamıştır.

Sosyal medyada ideal olarak temsil edilen; zayıf, ince, kaslı, uzun boylu gibi bedensel ve fiziksel yansımaların bireyin bedeninde olması gereken algılar olarak üretmiştir. Böyle bir bedene sahip olunca, birey toplumsal hayatta sağlıklı, bilinçli, canlı, güzel, yakışıklı gibi nitelikler ile özdeşleşebileceğine emindir. Bu algıların oluşturulmasında ve öne sürülmesinde bazı kullanıcıların ve işletmecilerin sebep olarak gösterilmesi yanlış olmayacaktır. Moda, imaj, estetik, beslenme gibi alanlar sektör oluşturarak bedenlerin değiştirilmesinin gerekliliğini sosyal medya ortamından iletmektedir (Doğan, 2010:39). Kültür ve sosyal medya bir araya gelerek ideal beden ve ideal vücut ölçülerini oluşturmak amaçlı bir iş birliğine girmektedirler. Bu ideallerin tesiri altında kalan sosyal medya kullanıcısı, kendisini artık ideallere ulaştırmak için eyleme geçmek zorunda kalmıştır. İdeal bir görünüm biçiminde gelişen imajlar medya kültürünün etkisi sayesinde zayıf ve ince olmayı güzellik kalıpları ile özdeşleştirmiştir. Birey bedensel görünümü ve oluşturulan idealler arasındaki farklılıklar ile rastlaştığı zaman, kendisine yani bedenine karşı bir negatif algı geliştirmekten kaçınamamaktadır. (Gümüş, 2000: 100). Negatif düşünceler ile birey kaygı ve özgüven düşüklüğü deneyimini yaşamaktan kaçınamamaktadır. Bireyin bedeni, kişiliğin görünen tarafıdır, bu yüzden bedenler bireylerin kişiliğine yönelik düşüncelerin oluşmasında önemli bir hale gelmiştir. Bireyin dışsal görünümüne dair algılar benlik algısını oluşturmaktadır. Sosyal çevrenin vermiş olduğu geri bildirimler ve dönütler pozitif nitelikteyse, bireyin görüntüsüne karşı kaygısı az ve benlik saygısıda gelişmiş bir durum ortaya çıkmaktadır. Post modern dönemde hazcılık ve mutluluk ile birlikte beden istenen şekilde ve biçimde müdahale içine alınarak dönüştürülmekte ve inşa edilmektedir. Bu değişimin içine dahil olan olgulardan biriside obezitedir. Obezite ve kilolu bedenlere yönelik baskı, söylem, ötekileştirme, hakaret, utanma gibi psikososyal sebepler veya sürekli değişen moda düşünceleri ve güzellik algısı gibi sebepler ile obezite çözüm yolları sayesinde bedenler inşa edilmektedir. Bu yönelimde kuşkusuz sosyal medyanın bir etkisi yer almaktadır. Ayrıca bu alanlarda post modern dönem ile birlikte tüketimde de artış

yaşandığına dair düşünceler mevcuttur. Post modernizmin getirmiş olduğu gösteriye dayalı olan toplumda güzel olmak, göz doyurucu olmak, genç olmak, canlı görünmek, bakımlı imajı yaratmak için zayıf olmak bir kriter niteliği taşımaktadır. Yapılacak olan bu çalışmanın konusu post modern dönemin özellikleri üzerinden ideal beden inşaasında sosyal medyanın etkisini anlamlandırmaktır.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Sosyal bir varlık olan insan, toplumda kendisini nesnel olarak bedeni ile göstermektedir. Postmodern dönemde ortaya çıkan, mutluluk ve hazcılığın önemli olmasıyla beraber, bireyler bedensel açıdan göze hitap etmenin; psikososyal açıdan onay ve kabulü amaçlı bedenlerine çeşitli müdahalelerde bulunmaktadır. Toplumun yarattığı doğrulara ve isteklere göre biçimlendirilen beden, post modern hayatın getirmiş olduğu tüketim kültürü kapsamı ile güzellik, sağlık, gençlik ve canlılık teknikleri kapsamında kusursuz ve idealize edilen vücut algılarına göre, arzu edilecek şekilde ve kabul olacak biçimde bedenler modifiye edilmektedir. Onaylanan ve arzu edilen bir bedene sahip olmak post modern dönemde oldukça kolaylaşmıştır. Bu kolaylığın oluşmasında sosyal medyanın yayılmacı ve etkileyiciliği öne çıkmaktadır. Çalışmanın amacı ideal beden inşasında sosyal medyanın etkisini açığa çıkarmak ve bu durumu şişmanlığın inşa edilişi üzerinden açıklamayı amaçlanmaktadır. Aynı zamanda postmodern hayatın getirdiği hazcılık ve mutluluk ile obezite çözüm yollarına yönelim durumunu sosyolojik açıdan yorumlama amacıda taşımaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmak üzere çalışma gerçekleştirilecektir.

- Sosyal medya ideal beden inşaasında bireyi nasıl etkilemektedir?
- İdeal beden bağlamında birey bedenini nasıl tanımlamakta ve eleştirmektedir?
- Obezite üzerinden ideal beden nasıl tanımlanmakta ve anlamlandırılmaktadır?
- İdeal beden inşaasında sosyal çevrenin nasıl bir etkisi olmuştur?
- Sosyal medya ideal beden inşaasında bireyi nasıl etkilemektedir?
- Sosyal medya ideal beden inşasında tüketimi nasıl etkilemektedir? sorularını sosyolojik bağlamda anlamlandırmayı amaçlamaktadır.

3.3. Araştırmanın Tekniği

Weber'in yorumlayıcı sosyoloji geleneğinde benimsediği gibi sosyolog, toplumsal davranışı yorumlayarak ele almalı ve bu yorumlamayı sebeplerini açıklayarak yerine getirmesi gerekmektedir (Weber, 2012: 15). Bireylerin eylemlerinin arka planında kalan sebepleri sosyolojik bir çerçevede açıklayabilmek, araştırmacı tarafından önemsemesi gerekmektedir. Bireyi anlama çabası, bireyi etkileyen olayları, durumları analiz etmeyi ve yorumlamayı meydana getirmektedir. Bireyi anlayan ve yorumlayan bir araştırma yöntemi olarak bilinen, nitel araştırma yöntemi sosyal bilimlerde giderek önemli bir yer kazanmaktadır. Nitel araştırmalar çeşitli biçimlerde bireye dair deyimlere ulaşmak için; sözlü anlatımlar, yazılı anlatımlar, ses kaydı, video kaydı, vb. yöntemler ile araştırmayı değerlendirmektedir. Aynı şekilde verileri almak için; görüşme (mülakat), yarı yapılandırılmış görüşme, gözlem, katılımcı gözlem ve belgeler olarak sıralanmaktadır. (Punch, 2005: 165). Bu çalışmada detaylı yorumlamalar yapabilmek için, niteliksel araştırma tekniğine başvurulmuştur. Niceliksel çalışmalar kesin sonuçlar içeren sayılar ve istatistik değerler içeren sonuçlar verirken, nitel çalışmalar ise araştırılan konunun ne olduğuna, nasıllığına ve nedenselliğine odaklanmaktadır. Nitel araştırma tekniğinin dayanağı eleştirelliktir. Pozitivist sosyoloji geleneğinde benimsenen gerçeklere ulaşma durumunun tersine, sebepleri ve etkileri araştırmayı görev edinmektedir (Berg ve Luna 2015, 19-21). Nitel araştırma yönteminde benimsenen bu tutum, araştırma konusu ile uyumlu olmasından dolayı nitel yöntem seçilmiştir.

Bu çalışmanın evrenini obezite çözüm yollarına başvuran bireyler oluşturacaktır. Niteliksel araştırmalar genelleme iddiası taşımamasından dolayı örneklem belirli bir kritere ve amaca göre belirlenmektedir (Kümbetoğlu, 2017: 96-98) Bu araştırmada rastlantısal olmayan örnekleme tekniği kulllanılmıştır. Örneklemde kullanılacak olan ölçüt ise on sekiz yaş üstü sosyal medya kullanıcısı bireylerdir. Örneklemdeki ölçüte göre çalışmanın konusu ve amacı özetlenerek gönüllü katılımcılara aktarılmıştır. Gerekli bilgilendirmeler yapıldıktan sonra, soru formundaki sorular katılımcılar ile paylaşılmıştır. Ardından gönüllü katılımcılardan sözlü onaylar alınarak ön görüşme tamamlanmıştır. Ön görüşme tamamlandıktan sonra, katılımcının uygun olduğu bir zaman diliminde yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Yüz yüze görüşmede demografik bilgileri içeren sorular ile birlikte toplam 26 soru sorulmuştur. Görüşmenin içeriği;

ideal beden algısı, obezite çözüm yolları ve sosyal medya temalı sorulardan oluşmaktadır. Görüşmenin türü derinlemesine olmasından dolayı katılımcılara özgür bir irade ile cevaplamalarında herhangi bir sakınca barınmadığı hakkında bilgi, tekrar araştırmacı tarafından dile getirilmiştir.

3.4. Araştırmanın Varsayımları

İdeal bedene sahip olmanın toplumsal bir öğe olması, ideal bedenin toplumsal kabullere göre farklı şekillerde inşaa ediliyor olması, post modern dönemde bedenin ve benliğin sosyal medyada sunulması ve sosyal medyanın bir toplumsal alana dönüşmesi, kilo verme ve vücut biçimlendirme tekniklerinin beden ve benlik ilişkisinde önemli bir görev üstlenmesi, bireylerin ideal beden inşası yönünde karar vermesinde post modern dönem analyışının etkili olması, ideal beden inşasının bireysel bir müdahale değil, toplumsal bir norm olarak anlamlanması bu çalışmanın varsayımlarını oluşturmaktadır.

3.5. Araştırmanın Sınırlılığı

Çalışma evrenin özelliklerini belirtirken belirli bir örneklem grubuyla sınırlandırma yapılmıştır. Aynı zamanda bu duruma ek olarak;

- Çalışma da kullanılan soru formunda, soruların bir kısmı evet-hayır şeklinde kısa cevaplandırma ile sınırlandırılmıştır.
- Çalışma da görüşme süresi, yeri ve zamanı katılımcının isteğine göre belirlenmiş ve sınırlandırılmıştır.
- Görüşme sırasın da katılımcıların endişe, kaygı, çekince ve görüşmeden kaçınma gibi durumlarının yaşanması ile video, ses kaydı, fotoğraf, vb. teknolojik cihazlar kullanılmadan, araştırmacı tarafından verilen cevaplar yazılı bir şekilde kayıt altına alınmıştır.
- Görüşmelerde 18 kişinin 12'si kadın ve 6'sı erkek katılımcı olarak sınırlandırlmıştır.

3.6. Araştırmanın Analizi

Araştırma, nitel bir yöntem ve kriter olarak seçilen örneklem grubu üzerinden görüşmeler gerçekleştirilmiş, veriler not edilmiş ve analiz basamağına geçilmiştir.

Analizde ilk adım katılımcıların izni ile kayıt altına alınan yazılı materyallerin deşifre edilmesi üzerine gerçekleşmiştir.

Görüşmelerden ulaşılan ve katılımcılardan doğrudan elde edilen cümleler ve veriler belirli başlıklar çerçevesin tema edilerek betimsel analiz tekniği ile değerlendirme yapılmıştır. Betimsel analizde araştırmacı katılımcıların vermiş olduğu cevaplara bağlı kalarak, verilen yanıtlardan doğrudan alıntılar yapmaktadır, betimsel bir yaklaşım yoluyla (Kümbetoğlu, 2017: 154) bireylerin deneyimlerinin nasıl anlatıldığını ve anlamlandırıldığını ortaya çıkartan nitel araştırma analizidir (Merriam, 2015: 193). Araştırmanın bulgularında oluşturulan başlıklar katılımcılardan elde edilen verilere göre belirlenmiştir. Betimleme analizinde elde edilen veriler ile birlikte literatürde geçen bilgiler ve araştırmacının değerlendirmesi de eklenerek çalışmanın sonucu okuyuculara sunulmaktadır.

4. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

4.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Pilot görüşme sırasında gönüllü katılımcılara çalışma hakkında bilgi verilmiştir. Gönüllü katılımcılara kimliklerinin deşifre edilmeyeceği güvencesi sağlanmıştır dolayısıyla katılımcılar gerçek kimlikleri yerine; K1, K2, K3, K4... biçiminde numaralar ile kodlanmıştır. Görüşmeye katılan katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve meslek gibi demografik bilgilerinin yanında seçtikleri obezite çözüm yöntem/leri Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 4.1. Katılımcıların Demografik Analizleri

Katılımcı Numarası	Yaş	Cinsiyet	Medeni Durum	Eğitim Durumu	Meslek	Seçilen Yöntem/ler
K1	27	Kadın	Bekar	Lisans	Görsel Sanatlar Öğretmeni	Beden Temelli Uygulamalar
K2	22	Erkek	Bekar	Lise	Öğrenci	Beden Temelli Uygulamalar
K3	24	Kadın	Bekar	Ön Lisans	Öğrenci	Beden Temelli Uygulamalar
K4	28	Erkek	Bekar	Lisans	Müzik Öğretmeni	Beden Temelli Uygulamalar
K5	52	Erkek	Evli	Ön Lisans	Büro Personeli	Tıbbi-Cerrahi Tedavi

K6	27	Kadın	Evli	Lisans	Özel Eğitim Öğretmeni	Beden Temelli Uygulama
K7	20	Kadın	Bekar	Lise	Öğrenci	Tıbbi-Cerrahi Tedavi, Beden Temelli Uygulama
K8	46	Kadın	Evli	Lise	Ev Hanımı	Alternatif Tedavi,Beden Temelli Uygulama
K9	34	Erkek	Bekar	Lisans	Memur	Tıbbi-Cerrahi Tedavi
K10	27	Kadın	Nişanlı	Lise	Estetisyen-Kuaför	Beden Temelli Uygulama
K11	33	Erkek	Evli	Lisans	Özel Eğitim Öğretmeni	Beden Temelli Uygulama
K12	31	Kadın	Evli	Lisans Üstü	Psikolojik Danışman	Tıbi-Cerrahi Tedavi, Beden Temelli Uygulama
K13	26	Kadın	Evli	Lisans	Grafiker	Beden Temelli Uygulama
K14	34	Kadın	Nişanlı	Ön	Acil Tıp	Tıbbi-Cerrahi

				Lisans	Teknikeri	Tedavi
K15	57	Kadın	Evli	Lise	Ev Hanımı	Alternatif Tedavi, Beden Temelli Uygulama
K16	19	Kadın	Bekar	Lise	Öğrenci	Beden Temelli Uygulama
K17	43	Kadın	Evli	Orta Okul	Aşçı/Servis Hostesi	Alternatif Tedavi
K18	25	Erkek	Bekar	Lisans	Çalışmıyor	Beden Temelli Uygulama

Görüşmeye katılmış 18 katılımcı bulunmaktadır. Bu katılımcılar cinsiyet yönünden incelendiğinde; 12 kadın ve 6 erkek katılımcıdan oluşmaktadır. Katılımcıların yaş durumu ise minimum 19, maksimum 57 olarak belirlenmiştir. Katılımcıların medeni durumu ise bekar, nişanlı ve evli olarak üç kategoriden oluşmaktadır. Katılımcıların eğitim durumları, ortaokul ve lisansüstü kademeleri arasındadır. Meslek değerlendirilmesinde ise, öğrenci, ev hanımı, kamu personeli ve işsiz katılımcılar bulunmaktadır. Bu çalışmanın kapsamında obezite çözüm yolları 3 temel başlıkta altında incelenmiştir bunlar; beden temelli uygulamalar, cerrahi-tıbbi tedaviler ve alternatif-bitkisel tedavilerden oluşmaktadır. 18 katılımcının verdikleri cevaplara göre; K1, K2, K3, K4, K6, K10, K11, K13, K16 ve K18 sadece beden temelli uygulamalara başvururken, K5, K9 ve K14 tıbbi cerrahi tedavilere başvurmuştur. K17, sadece alternatif-tıbbi tedavilere başvurmuş olup, son olarak çoklu çözüm yollarına başvuran katılımcılar da yer almaktadır; K7, K8, K12 ve K15 'tir. Ulaşılan veriler sonucunda katılımcılar tarafından en sık seçilen yöntem başlığı beden temelli uygulamalar olmuştur. Bu başlıkta (spor, diyet ve liposacation, G5 gibi kozmetik

uygulamalar) kilo vermek için kullanılan beden temelli uygulamalar kapsamında değerlendirilmektedir.

4.2. Katılımcıların Kilo ve Obezite Deneyimleri

Katılımcıların obezite ve kilolu olmak hakkında ki düşünceleri veriler kapsamında açığa çıkmıştır. Obezitenin yada fazla kilonun altında yatan sebepler hakkındaki görüşlerini ve düşüncelerini açıklayan katılımcılar aynı zamanda ideal beden ve kilo hakkında ki yorumlarına da yer vermişlerdir. Bir bireyin bedeni hakkında, pozitif ve negatif değerlendirmelerin beden algısı olması, çalışmanın içeriğinde anlatılmıştır. Beden algısı bireyin kendi bedeni hakkında eleştiriler yapmasını ve nasıl bir modele göre inşa etmesi ile ilgilenmektedir. İdeal beden tasarımı ise akran, çevre, aile ve sosyal medya gibi ortamlardaki düşüncelerden etkilenerek oluşturulmaktadır. Bir model olarak düşüncelerde belirtilen tasarılar kişiyi bedeni ile sürekli sorgulamaya götürmektedir. Bu sorgulamada vücut ideal düzeye yakınsa beden algısı olumlu, uzaksa beden algısı olumsuzdur. Yapılan görüşmelerde katılımcıların bedenlerini nasıl algıladıklarına ve nasıl bir forma göre şekillendirmek istedikleriyle ilgili düşünceleri açığa çıkmıştır.

4.2.1.Katılımcıların Kilo ve İdeal Beden Yönünden Kendini Değerlendirmesi

Kadın katılımcıların bedenleri hakkındaki düşünceleri ve nasıl bir bedende olmak istediklerine göre cevaplar şu şekildedir:

> *"Kilo verdikten sonra belki ideal vücut hayalim olabilir. Vermem gereken kilolardan sonra evet benimde kendimce değiştirmek istediğim şeyler var. Mesela boyum ve kilom arasında çok fazla olmasa da bir fark var öncelikli hedefim o farkı olabildiği kadar aşağıya indirmek ve ardından incecik bir bel istiyorum" (K1, Kadın).*

> *"Kadın bedeni ince ve şekilli hatlara sahip olmalıdır. Bazen kilolu kadınlar görüyorum kiloları olmasına rağmen beden hatları gayet göze hoş geliyor. Yani kilo değil sorun, kilolu olsa da oldukça şekilli vücutlar var. Benim kilolu olduğum zamanlarda öyle şekilli bir fiziğim yoktu oldukça kaba duruyordum. Şimdi zayıf değilim fakat, o biçimli fiziğe ulaştığımı düşünüyorum" (K3, Kadın).*

> *"Çok zayıf olmasam da kilo verdikten sonra ideal kiloya ulaştım ve artık riskli bir durumda değilim. Kilo yönünden değişmek istemem fakat boyumun uzunluğu özelliklede bacak boyumun biraz daha uzun olmasını isterdim, bacak boyunun kısalığı kadınları zayıf olsa da etine dolgun gösteriyor ben öyle düşünüyorum o yüzden bacak boyum biraz daha uzun olsa fena olmazdı" (K6,Kadın).*

"Önceden basen ve göbeğimde bir yağlanma vardı bu yüzden omuzlarım düşük ve küçük görünüyordu. Orantılı bir kiloda olmam omuzlarımı ve boyun bölgemi daha dik gösterdi diyebilirim. Kadınlarda gerdan, boyun ve omuz güzelliği önemli bence" (K7, Kadın).

"Kilolarım beni rahatsız ediyor 3 çocuk doğurdun kilo alacaksın tabii diyorlar ama, bazı kadınlar ne kadar doğum yaparsa yapsın genç kız gibi öyle duruyorlar. Benim istediğim fiziksel özellikler öyle doksan altmış doksan değil tabikide, biraz daha zayıf olmayı isterdim" (K8, Kadın).

"Karın ve bel kısmımda çok olmasada yağlanma var. Eskiden daha şişmandım karnım kocamandı hoşlanmıyordum görünümümden çok rahatsız ediciydi. Çok etli ve butlu bir görüntü kadınlarda hoş durmuyor o yüzden ince bir gövde her zaman idealdir kadınlar için, lisede bir felsefe öğretmenimiz vardı duruşu, giyimi, tavrı her şeyi ile alımlı birisiydi. Onun gibi bir kadın olmak isterdim açıkçası" (K10, Kadın).

"Hayatım boyunca kolayı her fırsat bulduğumda tükettim. Resmen bağımlısıydım, şekeri oldukça yüksek olduğundan göbeğim fazla şişman duruyor şimdi bırakmaya çabalıyorum çok nadir tüketiyorum bazen, bırakmak zorunda kaldım çeşitli sebeplerden. Erkeklerde göbek ve karın alkol kullanımını gösterdiği gibi, kadınlarda da göbek psikolojik sorunların ve hormonal sorunların olduğunu göstermektedir sıkı bir karın benim için idealdir" (K12, Kadın).

"Eskiden aşırı şişmandım şimdi normal bir kilodayım. Benim için ideal kadın bedeni normal olarak incecik kibar bir kadın bedeni ne kadar sağlıklı olsamda zayıf olsam da artık spor benim yaşam tarzım kilolar benim sorunum olmamalı. Kiloyu ben kimseye yakıştırmıyorum kadınlardada daha kötü duruyor. Eski fotoğraflarıma bakıp sürekli iyi ki diyorum güzel bir beden kadınlar için bir çok açıdan avantajlı" (K13, Kadın).

"Kilonun kadınlara yakışmadığı bir gerçek bende o yüzden kendimi değiştirmek kararı aldım. Şimdide incecik değilim yinede eskisi gibi kocaman bir karnım yok şükürler olsun, güzel oldum bence böyle" (K14, Kadın).

Sembolik etkileşim yaklaşım biyolojik cinsiyetin doğuştan, sosyal cinsiyetin ise toplumsallaşma süreciyle kazanıldığını ifade etmektedir (Bilican Gökkaya, 2015: 343). K14'ün "kilonun kadınalara yakışmadığı bir gerçek" tarzında kesinlik içeren bir cümle kurması toplumsal alanlarda yayılım göstermiş ve kabul edilmiş düşüncelerden oluşmaktadır.

"Normalim işte, ben kiloyu çok problem etmem" (K15, Kadın).

"Balık etliyim, zaten çok zayıflığı sevmem evet sıkı beden güzeldir ona bir şey diyemem ama aşırı zayıf olmayı eskisi gibi istemiyorum biraz girinti ve çıkıntı hoş duruyor" (K16, Kadın).

"Bildiğin şişmanım. Gönül isterdi incecik olmayı ama olmuyor işte kilo vermek bana göre imkansız bir şey" (K17, Kadın).

Katılımcılar, ideal kadın bedenini; "ince, zayıf, zarif, şekilli gibi sıfatlar ile ifade etmektedir. Yıllar içinde sürekli kadın bedeni medya ve sosyal medya sayesinde çeşitli biçimlerde tasvir edilmiştir. 50'li yıllarda, Marliyn Monroe medyada öne çıktığı için onun beden profili ideal olarak algılanmıştır kıvrımlı ve dolgun bir kadın bedeni o dönemlerde güzel olarak nitelenmiştir. Ardından 60'lı yıllara bakıldığında kadınlar tarafından rol model alınan ünlü Twiggy olmuştur ince ve dolgun olmayan beden görünümünü öne çıkartırken aynı zamanda kadınlarda kısa saçıda popüler bir hale getirmiştir. 70 - 80'li yıllara bakıldığında Farah Fawcett göze çarpmaktadır. Fawcett hem kadınlar hemde erkekler tarafından yoğun bir beğeni almıştır. Kate Moss ise, 2000'li yıllarda "skinny" olarak bilinen beden tarzını trend (moda) olarak topluma kabul ettirmiştir. Böylece sıfır beden bir imaj olarak kendini göstermeye başlamıştır. Günümüzde ideal bedenin sembolü ise Kim Kardashian olmuştur. Kardashian'ın bireylere öğrettiği ideal beden Mairliyn Monro'e gibi kıvırımlı ve dolgun kadın bedenini, ideal olarak kabul ettirmiştir (Yılmaz, 2019: 31). Kadın katılımcılar kendi bedenlerini tanımlamıştır. Kendilerine göre ideal beden tasvirleri ise ince bir kadın bedeni ama bu inceliğin yanın da kıvrımlı bir görüntünün olması gerektiğini ideal olarak belirtmişlerdir. K15 diğer katılımcılardan farklı bir yanıt vererek farklı bir düşüncede olduğunu göstermektedir. K16 kodlu katılımcı diğerlerinden farklı olarak zayıf bir bedeni beğenmediğini söylerken diğerleri ile ortak olarak sıkı bir bedenin güzel ve ideal olarak belirtmiştir. Gösteriş merkezli söylemlerden üretilen ideal beden her geçen gün baskılara daha çok maruz kalmaktadır. Bu durum bireylerin bedenlerine müdahale yapmanın doğru bir davranış olduğunu göstermektedir. İdeal bedene sahip olmak sadece kadın bedeni için değil, erkek bedeni için de önemli bir hale gelmiştir. Çalışmaya katılan erkek katılımcıların ideal beden hakkında ki yorumları şu şekildedir;

"*Oldukça şişmanım bundan dolayı hep böyle kirli sakalla gezerim yüzümün tombulluğunu gizliyor. Biz erkekler dövüş sporlarına*

ilgiliyizdir. O yüzden spora başlamak zor geldi baktım boks yapmak da kilo verdiriyor salona gidince seçimim fitness değil bokstan yana oldu. Uzaktan bir akrabamız var o abide 2 yıldır boksa gidiyormuş onunla birlikte gidiyorum, salonda onunla çalışıyoruz onun gibi bir vücudum olsa yeter bana onun gibi olmak için ondan çok fikir alırım protein tozunu yutmuş gibi değil doğal bir vücut kası var abide" (K2, Erkek).

Sosyal psikolojinin temelinde fenomenler yer almaktadır. Dolayısıyla bireyler bir eyleme yönelirken sosyal çevrede yer alan bireylerin eylemlerini takip edebilmektedir (Aronson, vd., 2012: 30). Böylece karşısında ki bireyin eylemlerini kendi kültürel hayatına endeksleyerek, onun gibi olmaya çaba gösterebilmektedir. K2 kilo vermek için uğraştığı spora karar vermesinde çevresinde bulunan birisinden etkilendiğini açıklamıştır.

"Düzenli bir şekilde spor yapıyorum ve beslenmeme dikkat ediyorum. Hiçbir zaman kilolu bir insan olmadım, fakat fiziksel açıdan iyi görünmek benim için önemli oldu. Spora ilk 18 yaşında başladım ve o zamandan beri uzun süreli olmayan ara vermişliklerim oldu. O ara verdiğim zamanlarda da evde devam ettim sporuma, spor salonlarındaki fotoğraflar spor yaparken beni oldukça motive ediyor, tabi birde etkilendiğim ünlü antrenörler erkeklerin bedenin de kas olmalı " (K4, Erkek).

Bireylerin giderek sağlık konusunda bilinçlenmesiyle, spor salonlarına yönelim artmıştır. Dolayısıyla spor salonları müşteri çekebilmek adına, ellerinden geldiği kadar etkileyici bir ortam tasarlamaya yönelmişlerdir (Yeler, 2021: 148). K4 spor salonundaki motivasyon içerikli resimlerin kendisini olumlu etkilediğini söyleyerek, spor salonlarının özenle dizayn edildiğinin mesajını vermektedir.

"Çocukluğumdan beri kiloluyum fakat bu durum alıştığımdan sanırım beni hiç rahatsız etmedi. Alışmışım sanırım kilolu ve şişman birisi olmaya, öyle çok özenmişliğim bilmiyorum alıştığımdan mı böyle oluyor. Ne desem şimdi? boyum uzun biraz da zayıf olsam daha yakışıklı olurdum diye düşünüyorum. Aşırı iri olmam artık beni rahatsız ediyor zaten çaresi için tedavi görmeye başladım. Kilolarımı kas kaybetmeden vermeyi hedefliyorum." (K9, Erkek).

"Polislik için parkura gittiğim zaman orada bizleri çalıştıran hocamız, güçlü ve dinamik bir görüntünün bizlerin mülakatlarda başarılı olmasını sağlayabileceğine yönelik öneriler veriyor. Onun dediği gibi olmak için çabalıyorum, böylece ideal erkek bedeninin nasıl olması gerektiğini öğrenmiş oldum" (K17,Erkek).

Erkek katılımcılarda K2 ve K4 spor salonuna gittiğini belirtmektedir. K2 spor olarak boks ile uğraşmaktadır ve istediği bedensel görüntü doğal kaslı bir görüntüdür. K4

ise salonlardaki sporcuların resimlerinden etkilendiğini ve spor yaparken o resimlere bakarak motive olduğunu söylemektedir. Bunun yanında ünlü antrenörlerde onun için rol model olmuştur. Katılımcı onlar gibi bir bedene sahip olmak için kilo problemi yaşamadığı halde spor yapmaktan hiç bir zaman vazgeçmediğini ifade etmektedir. Yani katılımcı rol model olarak spor salonlarında ki afişlerde yer alan erkek bedenleri belirlemiştir ve onların beden görüntüsüne sahip olmak için sporu gündelik hayatına endekslemiştir. K9 ise bedensel görüntüsünün tanımını yaparken şişmanlığını dile getirmiştir. İdeal bedene ise kilo vererek ulaşabileceğini söylemiştir. Çünkü katılımcının ideal beden tanımlaması uzun boy ve çok zayıf olmayan kaslı bir erkek bedeni olarak ifade edilmiştir. K17 bir amaç için spor yapmak durumunda kaldığını İfade ederken, spor alnında ki uzman kişilerden ideal bedenin nasıl olması gerektiğini öğrendiğini ifade etmiştir ve öğrendiği ideal erkek bedeni tanımı ise güçlü ve dinamik bir erkek bedenidir. İdeal bedene ulaştıkça hayal ettiği mesleğe de ulaşabileceğine yönelik bir inancı bulunmaktadır. Sağlık ve spor endüstrisindeki gelişmeler 80'lı yıllardan sonra bir yoğunluk kazanmış ve böylece kaslı bir görüntüde olmak toplumsal hayatta erkekliğin göstergesi haline gelmiştir (Gill, vd. 2005: 38). Katılımcıların cevaplarında da kaslı bir görüntüye sahip olma durumunu ideal erkek bedeni ile ilişkilendirilmektedir.

4.2.2. Katılımcıların Beslenme Deneyimleri

Kilolu olmalarında beslenme tarzlarına değinen katılımcılar beslenmede yaptıkları yanlışlara yer vermiştir. Bu yanlışlar; çok yemek tüketmek, tatlıya ve şekere düşkünlük ve yeme bozukluğu gibi durumların yaşanması üzerinden aktarılmıştır.

> *"Şimdi olduğu gibi bayılırım cipse, hamburgere, kızartmaya fastfooda yememeye çalışıyorum ama olmuyor. Eskiye göre yine azalttım özellikle üniversitede öğrencilik yıllarımda hiç sağlıklı beslenmiyordum" (K1, Kadın).*
>
> *"Üniversite sınavına hazırlanırken çok hazır gıda tükettim. Bu kiloların hepsini o zaman diliminde aldım. Seviyorum da öyle paketli gıda tüketmeyi, biz arkadaşlarla akşamları çıktığımızda sokak yemeklerini de çok yeriz onların da sağlıklı olmadığını hepimiz biliyoruz" (K2, Erkek).*
>
> *"İnsan ne yerse o olur bunu şu anda öğrencilik yıllarımda daha iyi anladım. Her gün derslerde beslenmenin eğitimini alıp kötü beslenmeyi de kendimle ilişkilendiremiyorum. Evet kaçamaklarım oluyor. Tatlıdan vazgeçemiyorum mesela eskisi kadar tercih etmesem de, hayatımdan*

tamamen çıkartamadım. Şekerli gıda benim kilo almada çok büyük bir faktör" (K3, Kadın).

"Yemiyorum desem yalan söylemiş olurum. Fiziksel engelli olduğum için hareket yönünden kısıtlıyım ne yesem yarıyor yani hemen kilo oluyor. Ekmek yemeden hiç doymam, ekmeği hayatımdan çıkartmadım da, en azından pilav yada makarna gibi yemekler olunca yemiyorum eskiden onlarla bile yerdim ekmeği" (K5, Erkek).

"Çok severim keki, çikolatayı keki bir ara bırakmıştım ama çikolatayı hiç bırakamadım keşke onu da bitter sevsem ama fıstıklı, karamelli ağır ve yoğunluklu çikolatalar tercihim fazlası zarar, dikkat ederek sevdiğim her şeyi yiyorum kilo da verdim demek ki orantısız ve tek tip beslenerek kilo almışım" (K6, Kadın).

"Sürekli kiloların ile başım dertte oldu, kolayı da hayatım boyunca her fırsatta tüketiyordum. Eşim zayıf olmasına rağmen yemeyi çok seven birisidir. Gecenin 12'sinde kalkıp tost yapar, bunun yanında eve hep dondurulmuş gıdalar almaya başladık kızartılmış köfteler,börekler falan bunlar kilo almamın şiddetini daha da arttırdı" (K12, Kadın).

"Diyet yapamıyorum. Burada okulda sürekli çocuklar için güzel yemekler yapılıyor bizlerde başında olduğumuz için yiyoruz, içiyoruz. Evde de çocuklar olunca sürekli bir şeyler yapma derdim oluyor, yani çok iyi yiyorum olmuyor pastalar, börekler derken hep hamur yiyerek böyle oldum" (K17, Kadın).

Fazla kilonun sağlık alanı ile ilişkilendirilmesi ve beslenme tarzının yada fazla yemek tüketmenin, obezitenin sebeplerinde baş rolde gelmektedir (Mayes, 2014: 1-8). Buna bağlı olarak katılımcılar obezite çözüm yollarına başvurmadan önce yeme deneyimlerine dayalı olarak beslenmelerinde yer alan yanlışlıklar ile kilo aldıklarını söylemişlerdir. K2 ve K5 yemek yemeyi sevdiklerini söylemişlerdir bu sevgide yeme bozukluğunu ortaya çıkardığı için, insan beyini yemek yemeye teşvik etmektedir. Obezitenin birçok sebebi vardır. Obezitenin sebepleri arasında kronik problemler, hormonal sorunlar, hareketsizlik, yeme davranışı bozukluğu gibi bir çok sebep bulunmaktadır (Kaya, 2019:3-5). Sipahi'nin (2021)'de ifade ettiği gibi, tüketim kültürünün modern toplumlardaki değişen kalıpları ile paketli gıdalar, fast- food yiyecekler bireyler tarafından sevilerek tüketilmiştir. Bunun yanı sıra dondurulmuş hazır besinler sağlıklı besinlere göre daha düşük bütçelidir. Sağlıksız besinler düşük bütçeli bireyler tarafından da büyük bir ilgi görmektedir. Bu kapsamda K1'in öğrencilik yıllarındaki fast-food tüketiminin fazlalığı gelirinin azlığı ile örtüşürken, K12'nin fast-food ve donduruluş gıda tüketimi de besinin sevilerek tüketilmesi ve pratik olması ile ilişkilidir. Kaçmaz vd. leri (2014)' de Ülkemiz de son yıllarda

fiziksel açıdan rahatsızlığın ve düzensiz beslenme tarzının alışkanlık haline gelmesi ile obezite riskinin artışa geçebileceğini ifade etmişlerdir. K5 bedensel engeli olduğunu belirterek, kilo aldığı dönemlerde hayatında zorluklar yaşadığını ifade etmiştir. Katılımcının beslenme yönünden yanlış yaptığı alışkanlık ise karbonhidrata olan düşkünlüğüdür. Kendisinin de belirttiği gibi, karbonhidrat tüketmeden açlığı yatışmamaktadır. Aynı tür besinleri bir arada tüketmekten vazgeçerek bu alışkanlığını kontrol altına almaya çalışmıştır. Fazla kalorinin insan vücudunda depolanmasında sebep olan faktörlerden biriside şekerli ve asitli içecekler olmuştur. Amerika'da şekerli ve asitli içecekler bireylerin günlük kalori alımında büyük bir paya sahip olmuştur (Gürel ve Hisar, 2018: 177-191). Bu doğrultuda K12 kilo almasında beslenme üzerinden açıklarken, kolayı fazla tüketmesine bağlaması ile doğru bir teşhis yapmıştır. Obezitenin sebepleri arasında gece yemek tüketmek de bir yeme bozukluğu ve kilo almada sebep olarak gösterilmiştir (Mayes,2014: 1-8). K2 arkadaşları ile sokak yemekleri yemeyi sevdiğini söylemiştir, sokak yemeklerini akşamları tercih ettiğini belirtirken, K12'de eşinin gece yemek yemeyi sevdiğini ve kendisinin de ona eşlik etmek durumunda kaldığını söylemektedir. İhtiyaç fazlası karbonhidrat almak insan vücudunda fazla yağlanmaya sebep olmaktadır. K17 hamurlu gıda tüketmekten kaçınamadığını ifade etmiştir katılımcının şişmanlık durumu beslenme tarzı ile ilişkilidir. Genel anlamda katılımcılar kilo almalarında beslenme tarzını faktör olarak göstermiştir. Verilen cevaplardan örnek verilirse; gece yemek yeme eylemi, karbonhidrat ağırlık beslenme, ve şekerli gıda tüketimi gibi durumlar verilebilir. Ayrıca bireylerin çevresinde bulunan arkadaşları, eşleri yada çocukları da bireylerin yemek zevkinin oluşmasını sağlayarak kilo almalarında sebep olmuşlardır.

4.2.3.Katılımcıların Sağlık Problemleri

Katılımcılar obezite ve kilo üzerinden yaşadıkları sağlık problemlerini açıklamışlardır. Katılımcıların yaşadıkları sağlık problemleri, katılımcıların kilo verme kararı almasında etkili olmuştur. Deneyimlenen sağlık problemlerine aşağıda yer verilmiştir.

> *"Sürekli yürürken yada hareket halindeyken, nefes darlığı yaşıyordum,kalbim çarpıyordu. Zamanla bu durum şiddetlendi astım hastalığına yakalandım. Doktorum da, reçetemi yazarken sana kilo*

vermeni öneririm demişti yaşadığım sağlık problemi bu olmuştu" (K3, Kadın).

Aşırı kilo alma durumu ile kalp sorunlarının yaşanabileceği bilinmektedir (Kılıç, 2011: 734). K3 kilo aldıkça kalbinde çarpıntı problemi yaşadığını ifade etmiştir. Bununla birlikte solunum problemi ve fazla kilo ile astım hastalığı teşhisi koyulduğunu da dile getirmektedir.

"Kilo benim hayatımda birçok sağlık sorunu yaşattı. Doğuştan getirdiğim bir sağlık problemim var zaten, onunla yaşamayı daha da zor duruma getiremezdim. Kilo ile yüksek tansiyon ve uyku apnesi sorunları yaşadım" (K5, Erkek).

"Kilolu olduğum zamanlarda regl düzensizliği yaşıyordum. Genelde bu sorunu yaşadığımı söylediğimde kimisi kiloma kimisi de yaşımın genç olmasına bağlıyordu şimdi düzenli oluyorum bilmiyorum kilo vermemden mi? Yoksa yaşımın ilerlemesiyle mi? oldu" (K7, Kadın).

"Yaptığım doğumlar ile kilo aldım, aynı zamanda şimdi bir de topuk dikeni sorunu yaşıyorum genelde çok ileri yaşlarda ortaya çıkar bu topuk dikeni bende, kilolar yüzünden erken yaşta ortaya çıkmış" (K8, Kadın).

"Olmaz mı hiç, karaciğerlerimde yağlanma başlamış artık çaresine bakmalıydım bu kiloların benim dedem de aşırı şişman bir insandı bir çok hastalığı vardı rahmetlinin, kilolu olmam genetik yani, devamın da gelecek hastalıklar genetik olmasın diye uğraşıyorum"(K9, Erkek).

"Sağlıksal açıdan sorunlar yaşıyorum guatr hastasıyım ve insülün direnci sorunu yaşadığımdan dolayı gebe kalamıyormuşum bunun sebebi de kilolarımmış, ayrıca kan şekerimde düzensizliği de bulunmakta " (K12, Kadın).

"Aşırı şişmanlık sadece fiziksel olarak değil, ruhsal yönden de insanı etkiliyor. Bunun farkına sonradan vardım resmen beni psikolojik olarak kilolu olmak çok yıpratmış, şimdi saçımı toplayıp dışarı çıkabiliyorum, kiloluyken asla saçımı ve makyajımı yapmadan dışarı çıkmamın imkanı yoktu" (K13, Kadın).

"36 yaşımda şeker hastalığı teşhisi koyuldu. Diyabet geçici olmayan bir hastalık, birtakım önlemler almam gerekiyordu, benim kilo verme derdim yok yani fazla kilom varda rahatsız olmuyorum kan şekerimi kontrol altına almaya çalışırken kilo da veriyorum" (K15, Kadın).

Midenin arka tarafında ve pankreasta üretilen bir hormondur, insülin hormonu. Bireyin günlük olarak aldığı şekerin enerjiye dönüşmesinde bir problem yaşanır ve bu yüzden bireyin kanında yüksek miktarda bir glikoz görülür. Şeker hastalığının görülmesinde en büyük faktör genetik faktörler olurken aynı zamanda kilolu olmak, düzensiz beslenme ve bazı vitaminlerin eksikliği de diyabetin ortaya çıkmasında

sebep olmaktadır (Güven ve Gürlek 2004: 97-98). İnsülündirenci sorunu yaşayan K12 şeker hastalığı riski ile karşı karşıya kalarak ve kilo vermesinin gerekli olduğunu anlamıştır. Bunun yanında K15'de diyabet hastalığı görülmektedir. Kilo vermek için değil, diyabetin risklerinden kaçınmaya çalışan katılımcı, kaçındığı sırada kilo kaybı yaşadığını ifade etmiştir. Kardiyavasküler hastalıklar ve iç organların hastalığının ortaya çıkmasında kilo çok büyük etkendir. Bunun yanında metabolik ve hormonal sorunlarda obezitenin ve aşırı şişmanlığın getirisidir. Tiroidlerin düzensiz çalışması sonucunda guatr hastalığı görülebilmektedir. Silva (2006), insan bedeninde metabolik düzensizliğin yaşanmaması için, tiroid hormonlarında düzensizliğin olmaması gerektiğini belirtmektedir. Dolayısı ile obezite ve guatr hastalığı birbirini karşılıklı etkilemektedir. K12 guatr hastalığı ile kilo problemi yaşadığını belirtmektedir. Tiroid hastalığı kadınları doğurganlık döneminde de olumsuz etkilemektedir (Çakır, 2004; 65-72). Katılımcı guatr hastalığı ile gebelikte bir problem yaşadığını söylemiştir çözümün ise kilo verimi ile mümkün olacağını söylemiştir. Obezitenin neden olduğu sağlık sorunları arasında obstrüktif uyku apnesi sendromu (OSAS) yer almaktadır. Nitekim bu konuda çok sayıda klinik ve toplum tabanlı çalışma vardır. OSAS tanılı bireylerde yağ depolanması çoğunlukla boyun bölgesinde olmaktadır (Dülger Us, vd 2018: 99). Kilo ile devamında gelen hastalıklara bakıldığı zaman diyabet hastalığı katılımcılarda yoğunlu olarak yaşanmaktadır, diyabet hastalığı olmayan bireylerde de hastalığa dair sinyalleri görülmüştür. Ardından hormonal sorunlar, uyku apnesi, nefes darlığı, astım ve ortopedik problemler yaşanmıştır. Obezite bireyin sadece sağlık hayatını değil, sosyal hayatını da etkilemektedir.

4.3.Kilonun Sosyal Çevrede Etkisi ve Toplumsallaşma

Yapılan görüşmelerde katılımcıların aile, akran grubu, ortak yaşam alanları ve karşı cins ile kurdukları ilişkilerde obezitenin ve bedenin etkisi olduğu görülmektedir. Toplumun en küçük yapı birimi olan ailede bireyin sosyalleşmesi başlamaktadır. Ardından birey yaşı büyüdükçe eğitim hayatını başlatmış sosyal çevresini genişletmeyi sürekli biçimlendirmeler getirmiştir ve birey nefes aldığı sürece sosyal çevresini genişletmeye devam etmektedir.

4.3.1. Katılımcıların Ailesel Yaşantıları

Görüşmeye katılan katılımcıların sosyal çevreye dair sorulmuş sorulara verdikleri cevaplardaaileye yönelik veriler elde edilmiştir. Kimi katılımcılar kilolu olmasını genetik kodları ile ilişkilendirirken, kimi katılımcılarda ailelerinden kilo vermesi için öneri ve tavsiyeler aldıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların söylemleri doğrudan aşağıda yer almaktadır.

> *''Evin hem küçük çocuğu hem de küçük kızı olduğum için ailem 28 yaşına gelmeme rağmen bana çeşitli şakalar yapmaktan bir türlü vazgeçmiyor. Bunlardan biriside sürekli ailemin kilomla dalga geçmesi ve sürekli kilo ver demeleri, bunun yanın da annem sürekli bana bir şeyler yedirme derdin de ''(K1, Kadın).*

Katılımcı ailesinin şakalarından ve sürekli zayıflaması gerektiğini dile getirmelerinden rahatsızlık duyduğunu ifade etmiştir. Ailesi zayıflaması gerektiğini söylerken bir taraftan da annesinin katılımcıya sürekli bir şeyler yedirmeye çalışması katılımcının kilo vermesi çabasını olumsuz etkilemiştir..

> *''Kilolu olduğum dönemler de, tüp mide ameliyatına çok sıcak bakıyordum fakat korkuyordum annem beni çok cesaretlendiriyordu hatta benim için doktor bile araştırıyordu. Düşündüğü şey tamamen benim sağlığımdı. Benim kilolarım benden çok annemi rahatsız ediyor ve düşündürüyordu onun böyle davranması beni de artık rahatsız etmeye başlamıştı babam daha sakin bir insanken annemin bu evhamlı hali beni de psikolojik anlamda tedirgin ediyordu'' (K3, Kadın).*

Katılımcının ebeveynleri, katılımcının kilosuna karşı zıt tutumlar ve davranışlar içerisindedirler. K3'ün babası katılımcının kilolarına karşı tepkisiz tutum içinde olurken, annesi katılımcının kilolarına çözüm bulmaya çabalamaktadır. Bireylerin kilolarına müdahale etmeye çabalayan her zaman ebeveynler olmamıştır. K5, kilo vermesinde kızının etkili olduğunu ifade etmiştir.

> *''Kızım tıp öğrencisi, engelimden dolayı spor ya da yürüyüş yapmakta bazı problemler yaşıyorum. Bana "baba senin kilo almaman gerekiyor" diyerek tutup kolumdan doktora götüren kızım oldu doktora benim derdimi benden daha iyi anlattı o istemeseydi gitmezdim. Benim durumum onu da üzüyordu'' (K5, Erkek).*

K5'in kızı taraından kontrol altına alınma durumu; Bourdieu'nun kültürel sermaye yaklaşımı üzerinden değerlendirilebilir. Bourdieu için kltürel sermaye bireyin eğitim hayatındaki ilerlemeler ve başarılar ile kazanılmaktadır (Turner, 2003:495). Katılımcının kızı eğitimde bir başarı elde etmiş ve bu başarı ile aile üyelerinin

beslenme kültürüne ve sağlık durumuna müdahale etmiştir.

> *"Ergenlik dönemine girmem ile kiloda almaya başladım. Her zaman olduğu gibi annemle bu konuda da anlaşamıyorduk. Hem kilo alıyorum diye kızıyor hem de diyet yapmamı istemiyordu. Annem için yediğimiz her şeyin bizim için faydası var, hiçbir şeyi seçmeden az miktarda her şeyi yemem ister. Diyet yapmama izin vermedi yüzme ve yürüyüş ile fazlalığımın bir kısmından kurtuldum " (K16, Kadın).*

K3 ve K5 kiloları sebebi ile ailelerini tedirgin etmişlerdir. Susie Orbach (1998),*''Kadınlar Neden Şişmanlar''* isimli kitabında şişmanlığı anne-kız ilişkisi üzerinden açıklamıştır. Bu ilişkiyi beden üzerinden açıklayarak, kadınların şişman olmasını toplumsal rollere aykırılık üzerinden ifade etmiştir. Aykırılık durumunun açıklaması ise kadının toplumda bir nesne yada obje olarak algılanması üzerinedir. Bu düşünceleri ifade ederken feminist kuramdan yararlanmıştır. Şişmanlığın toplumda kadına dayatılan kalıpları yıkmaya çalışması feminist kuramdan öğrenilerek uygulanmıştır (Orbach, 1998: 21). Yazar eserinde şişmanlığı anne-kız ilişkileri üzerinden açıklarken; çok yemenin öğrenilmiş ve öğretilmiş bir eylem olduğunu belirtmiştir (Orbach, 1998: 29). Kız ve erkek çocuklarının yetiştirilme tarzındaki farklılıklar erkek egemen toplumlarda daha çok göze çarpmaktadır. Kız çocuğu annenin büyütmek ve beslemek rollerini öğrendikten sonra, erkek çocuğun da olan güce beslenerek ulaşacağını düşünmektedir. Bunun yanında annenin besleme ve büyütme rolünü öğrenen kız çocuğu ileride kendisini de anne rolü ile ilişkilendirerek, iyi bir anne olmak için öncelikle güzelce beslenmesi gerektiğini düşünmektedir. Bu iki sebepten dolayı kadınlar için şişmanlık kaçınılmaz bir son olmuştur. Kitapta şişmanlığın anne-kız ilişkisi üzerinden ifade edilmesi, K1 ve K3'ün söylemlerini desteklemektedir. Obeziteyi söylemleri ile anne-kız ilişkisi üzerinden açıklayan bir diğer katılımcı K16'da, diyet yapma konusunda annesi ile anlaşamadığını ifade etmektedir. Gıda ve beslenmenin önemli olduğunu fark eden anne, kızının bu yönden bir kısıtlamaya gitmesine izin vermemektedir. Kilosu yönünden annesi ile problemler yaşayan bireyler olduğu gibi babası ve kızı ile kiloları sebebi ile problemler yaşayan katılımcılarda bulunmaktadır.

> *''Ben kilolarımdan şikayetçi olduğum zaman ailemden annem yada kız kardeşlerim sessiz kalırken babam bu duruma sessiz kalmaz. Zaten ben kendimi bildim bileli annemde kilo aldığı zaman babam annemi uyarır. Kendi yeğeni yani kuzenim de evlendikten sonra aşırı kilo alınca eşi ile arası bozulmuştu hatta boşanmaya kadar gitmişlerdi, sonra düzeldi araları babam da hiçbir adam sevmez öyle aşırı şişman kadını demişti''*

(K7, Kadın).

Toplumsal cinsiyet kavramı, biyolojik cinsiyetin ötesinde bir anlam barındırmaktadır (Giddens, 2010: 505). Genel anlamı ile bireyi kadınsılık yada erkeksilik üzerinden gruplandırarak psikososyal bir özellik belirtmektedir (Bingöl, 2014: 109). K7'nin vermiş olduğu yanıtta babasının kilo durumunu kadınlara yakışmadığını belirten bir tutumda olması toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin varlığını kanıtlamaktadır.

> *"Büyük kızım her şeye karışıyor. Aslında hoşuma gidiyor bizlere yardım etmeye çalışması büyüdüğünü hissettiriyor. Şunu anlamıyor ama benim sürekli bir hareket içinde olduğumu, yoğunluğumu. Bu kadar işin içinde birde diyetle uğraşacakmışım bazen kızıyorum, sinirleniyorum çok bunaltıyor beni" (K17, Kadın).*

K7'nin cevabı ile aile içi ilişkilerde ve evliliklerde şişmanlığın bozucu etkisi olduğunu gösterebilecek bir yanıt gelirken bu konunun tartışmaya açık olduğu düşünülmektedir. Sosyolojide önemli bir çalışma konusu olan aile kurumu üzerinden şişmanlığın değerlendirilebileceğini katılımcıların verdikleri cevaplar ile görmekteyiz. Ayrıca katılımcıların söylemlerinin deşifre edilmesi ile feminist kuram kapsamında anne-kız ilişkileri üzerinden şişmanlığın çalışmalarda ele alındığı görülmektedir. Anne-kız ilişkilerinde kiloya tek müdahale etmek isteyen anneler olmamıştır. K17 bu duruma örnek olmuştur çünkü katılımcı kızı tarafından yoğun bir baskı altına alınmıştır.

4.3.2. Katılımcıların Akran Çevresi Yaşantısı

Bedende yağların oranında aşırı fazla olma durumu olarak tanımlanan obezitenin çeşitli faktörlere farklılık göstermektedir yaş, cinsiyet, vs. gibi (Alpcan ve Durmaz, 2015: 31). Katılımcıların akran gruplarında şişmanlık ile yaşadıkları durumlar aşağıda yer almaktadır. Bireylerin arkadaş çevresinde kendilerini kiloları yönünden nasıl değerlendirdiklerine ve her hangi bir dışlanmışlık durumu ile karşılaştıklarında hissettikleri duygulara ve düşüncelere yer verilmiştir. .

> *''Şöyle söyleyebilirim önceden arkadaşlarımla birlikte bir yerlere gittiğimizde göbek simidimden dolayı çok utanırdım. Her girdiğim ortamda insanlar direk göbek ve karın bölgeme bakıyordu belki bana öyle geliyordu arkadaşlarım da hemen bana giyim önerileri veriyordu. Bunlardan sıkıldığım için çok sevdiğim arkadaşlarım ile dışarı çıkmayı istemediğim zamanlar oluyordu. Fakat şimdi olgunlaştığımdan sanırım, kimseyi umursamıyorum istediğimi giyiyorum herhalde çevremdekiler de olgunlaştılar. Çünkü onlarda da ne utandıracak bir bakış nede bir*

tavsiye verme girişimi bulunuyor. Ben bunu kilolarım ile barışmaya bağlıyorum'' (K1, Kadın).

Katılımcı kendisinin, bedeni ve kilosu ile olan ilişkisine göre, arkadaşlarının da kendisine olan tutumunun değiştiğini söylemektedir. Katılımcı kilosundan şikayetçi olduğu dönemlerde arkadaşları ile bazı aktiviteleri yapmaktan kaçındığını açıklarken, şimdi bedeni ile olan olumlu tutumundan dolayı hiçbir sosyal aktiviteyi yapmaktan kaçınmadığını söylemektedir.

Birey yaşı büyüdükçe olumsuz benlik tutumunu olumluya çevirmeyi başarmıştır.

''Benim arkadaşlarım da tıpkı annem gibiydi. Sürekli iğneleyici şakalar yapıyorlardı. Hatta ben beslenme ve diyetetik bölümünü kazandığım zaman bana senin ileride danışanın da olmaz böyle beslenme danışmanı mı olur tarzında dengesizce şakalar yapıyorlardı. Arkadaşlarımla kahve içmek, alışveriş yapmak, ders çalışmak gibi amaçlar ile buluşmayı seçmiyordum. Onlarla yemekler yiyip sohbet etmeyi seviyordum o zaman herkes karnını doyurduğu için şaka malzemesi olmuyordum'' (K3, Kadın).

K3 arkadaşlarının şakalarından hoşlanmadığını söylerken, birçok sosyal aktiviteyi ertelediğini ve bunun için kilolarını suçlamaktadır. Katılımcı aynı zamanda arkadaşlarının da tıpkı annesi gibi kilolarını eleştirdiğini de söylemektedir. Arkadaşları ile alışveriş yapmayı sevmediğini ifade etmesi K6 ile ortak yönü olmuştur.

Arkadaşlarımla mağazalara gidip bir kıyafet denediğim de, kıyafetlerin küçük gelmesi ile birçok kez fazla kilomun olduğunu kanıtlamış oldum. Bir gün teyzemle alışverişe çıktığımızda yine beğendim bir eteğin bedenini bulamadım teyzemde hemen "sende zayıfla gencecik kızsın istediğini al giy" dedi. Haklıydı, teyzem olduğu için gerçekleri yüzüme söyledi arkadaşlarım öyle sert konuşmasa da bakışlarıyla belli ediyorlardı bu yüzden arkadaşlarım ile bir arada yemek yemekten çekinirdim (K6, Kadın).

Katılımcı beğendi kıyafetlerin ve bazı markaların bedenine uygun kıyafet üretmediğini ve istediği gibi giyinemediği için kendisini mutsuz hissettiğini söylemektedir. Bu durum moda ve imaj sektörünün ideal beden inşası için bireeyleri eylemlere yönlendirdiğini göstermektedir. Arkadaşları onun kilolu olmasını yada beğendiği kıyafetlerin olmamasını eleştirmese de onların bakışlarında bir baskı altında olduğunu hissetmiştir. Arkadaşlarının bakışlarının iyi anlamlı mı? kötü anlamlı mı? olarak sorgulamak katılımcıyı çekimser bir birey yapmıştır.

Çocukluk dönemimde arkadaşlarım tarafından dışlanmışlığa uğradığımı hatırlıyorum. 6.sınıfta 23 Nisan gösterilerinde ponpon kız olmak istediğimi beden eğitimi öğretmenimize söylediğimde, öğretmen tarafından çalışmalara alınmadım. Arkadaşlarımla birlikte gitmiştik yanına bana "sen güzel şiir okuyorsun bu etkinlik sana göre değil" diyerek onların ismini alıp beni çalışmalara bile almamıştı. Sana göre değil demesi bizim kızların birbirine bakıp gülmesine sebep olmuştu (K12, Kadın).

"İllaki arkadaşlarımın karşıma geçip alay etmesi gerekmiyordu ben kilolu olduğumdan dolayı onlardan farklı ve iri göründüğümün farkındaydım sürekli de kendimi beğenmediğimi söylediğim için onlar genelde tersini söylerdi" (K16, Kadın).

K12 arkadaşları ile yaşamış olduğu bu anı ergenlik dönemlerinin başlangıcında yaşanmıştır. Page ve Fox (1997)'a göre bireyin toplumdaki bedensel statüsü ve bedenin algılanması ergenlerde kilonun bir problem olarak görülmesini ve çözüm aranmasını ortaya çıkarmıştır. Bu yüzden ergenlik döneminde kilo kontrolünü ele almak, ergenlik çağında ki bireyler için önemli olmuştur. Katılımcı arkadaşları tarafından bir alaya alınma durumu yaşamıştır fakat bunun yaşanmasında arkadaşları değil öğretmeninin sorumlu olduğunu kendisi de fark etmiştir. Katılımcı kilosu yüzünden katılmak istediği ve hayalini kurduğu bir aktiviteden maruz kaldığını ifade etmektedir. K16 ise kendisini beğenmediğini sürekli arkadaş grubunda dile getirmekte olduğunu ifade etmiştir. Katılımcının bu şekilde davranması olumsuz bir benlik tutumu içinde olduğunu göstermektedir ve bu durum arkadaşları tarafından olumlu benlik tutumuna dönüştürülmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak bu başlık altında elde edilen verilerde katılımcıların, akran ve arkadaş çevresinde kilo yüzünden karşılaştıkları durumlara yer verilmiştir. Çalışmada 18 katılımcı bulunmaktadır; 12'si kadın, 6'sı erkektir. Akran çevresinde yaşanılan durumlara kadın katılımcılar daha yoğun anlatımlı yanıtlar verirken erkek katılımcılar kısa bir şekilde yok demiştir sadece bir tanesi;

''Çocukluk döneminden beri kilolu olduğum için ben böyle yaşamaya alıştım. Arkadaşlarımda şakasına bazen, minik falan der. Ama ben takmam bu durumu ve hiçbir zaman bir dışlanmışlık hissetmedim onların arasında'' (K9, Erkek).

Cümlesini kurmuştur.

Bu durum kadınların şişmanlık durmunun erkek katılımcılara göre problem haline getirebildiğini göstermektedir. Katılımcıların arkadaş çevresinde ki yaşadıkları durumlara verdikleri yanıtlar ile kendilerini istedikleri şeylerden mahrum

bıraktıklarına şahit olunmaktadır. Bireylerin sosyal hayatını oluşturan katmanlardan birisidir akran ve arkadaş çevresi bu yüzden toplumsallaşmanın ve sosyalleşmenin yaşandığı bu alanda, bireylerin kilolu bir bedene sahip olması sosyal aktiviteler yaşanması yönünden, problemler yaşatmıştır.

4.3.3. Katılımcıların İlişki Yaşantıları

Katılımcılara sorulmuş olan; Kilo verme yollarına başvurmanızda sosyal çevrenin etkisi oldu mu? Kendi cinsiyetinizin yada karşı cinsin ideal ölçülerde olması önemli mi? Sorularına gelen cevaplarda karşı cins ile kurulan ilişkilerde bedenin ve kilonun nasıl değerlendirildiğine katılımcılardan elde edilen veriler üzerinden bakılacaktır.

> *''Ben başta sağlığım için ardından vücut görünümüm için nasıl kilolu olmadığım halde çabalıyorsam karşımdaki insanında bedensel estetiğine dikkat etmesi benim açımdan önemlidir. Artık erkeklerde kendisine özen gösteriyor bu durumda kadınların erkeklerden daha bakımlı, özenli olması gerekiyor'' (K4, Erkek).*
>
> *''Herkesin zevki farklıdır bana göre kadınlar da orantı önemlidir. Boyu çok uzun olan bir kadının aşırı şişman yada aşırı zayıf olması bana cazip gelmez, aynı şekilde kısa bir kadın da aşırı şişman olamamalı. Bana göre kadınlar kiloyu karşı cinste daha çok önemsiyor. Üniversitede kız arkadaşım sürekli benim zayıflamamı istiyordu bende kilo vermeyi zor olarak görüyordum sanırım bu yüzden mezun olur olmaz ilişkimizi sonlandırdı'' (K9, Erkek).*
>
> *''Evlenmeden önce daha fittim. Eşim ise tam tersi durumdaydı ilk tanıştığımızda daha kiloluydu şimdi evlendi ve bir tane de doğum yaptığı halde daha zayıf, benimde kilo vermemi istiyor çok yediğimde elime vurur. Sağlıklı olduğu sürece ben eşimin kilosuna karışamam tabii aşırı şişman olursa karışabilirim ama dediğim gibi önemli olan sağlığı" (K11, Erkek).*
>
> *"Şimdi kimse yok hayatımda. Şunu söyleyebilirim ne kadın nede erkek hayatına duygusal anlamda alacağı insanın çok şişman olmasını ister görüntü herkes için önemli. Nasıl kadınlar kuaföre gidip güzellikleri için çabalıyorsa bence vücutlarını şekilli ve ince yapmak içinde uğraşmalı özellikle de genç kadınlar" (K18, Erkek).*

Yukarıda 4 erkek katılımcının karşı cinste kiloya olan yaklaşımına aynı zamanda partnerlerinin kendi bedenlerini ve kilolarını nasıl değerlendirdiğine yönelik, yanıtlara yer verilmiştir. K4 fiziksel görüntüsüne önem veren bir katılımcıdır bu yüzden karşısındaki bireyin de fiziksel görüntüsüne önem vermesinin, kendisi açısından önemli olduğunu net bir şekilde dile getirmiştir. K9 ise her ne kadar karşı cinste kilonun önemsiz olduğunu ifade etse de kurduğu cümlelerde kadın bedeninin

nasıl olması gerektiğini tasvir etmekten kaçınamamıştır. Bu durum katılımcının düşüncelerinde ideal kadın bedenine yönelik fikirlerinin olduğunu göstermektedir. Bu düşüncelerine rağmen K9, kilonun erkeler tarafından değil kadınlar tarafından eleştirildiğini düşünmektedir. Düşüncesini desteklemek için ise, eski ilişki deneyimini dile getirmiştir. Karşı cins tarafından kilonun önemsendiğini söyleyen diğer katılımcı ise K11'dir. Katılımcı evlendikten sonra kilo aldığını, eşinin ise evlendikten sonra kilo verdiğini söylemiştir. Sağlık problemi olmadığı sürece eşinin kilolu olmasını önemsemeyeceğini söylerken bu durumu, çok şişman olmaması şartı ile diyerek obezitenin kadın bedenin de olmaması gerektiğini ifade etmiştir. K11 eşinin şişmanlığa dair yaklaşımını da dile getirirken, kilonun kendisi için değil eşi için sorun olduğuna da değinmiştir. Erkek katılımcılardan K4 dışında ki diğer K9 ve K11 kadınlarda kilonun önemsizliğini vurgulamaya çalışmışlardır. K9 kadınlarda şişmanlığı bedensel görüntü açısından bir ölçüt belirlerken, K11 sağlık açısından ölçüt olarak belirlemiştir. K18'de tıpkı K4 gibi net bir şekilde bedensel görüntüyü önemsediğini belirtmiştir. Ona göre kadının ince olması bakımlı olmasını göstermektedir. Erkek katılımcılar net bir şekilde kadınlarda fiziksel görüntünün önemli olduğunu belirtirken, önemsiz olduğunu belirtmeye çalışan katılımcılarda bulunmaktadır. Fakat kurulan cümleler genel olarak erkek katılımcılar tarafından bedenin görünümünün önemli olduğuna yöneliktir. Kadın katılımcıların söylemleri incelendiğinde ise durum şu şekildedir;

> *''Eşimle kilo verdikten sonra tanıştım. Eşim beden eğitimi öğretmeni, okul dışında bir de futbol için eğittiği öğrencileri var. Bu yüzden hep hareket halinde, yani düzenli spor yapması gerekmiyor ama benim kilo almamam için her gün az ya da çok yürümemi sağlar. Yediğime içtiğime karışmaz fakat spor yapmak istemediğim de kızar eskisi gibi kilo alırsın hareketsiz olursan der. Sanırım kilolu olduğum zaman tanışsaydık beni beğenmeyecekti'' (K6, Kadın).*

> *''Benim şu anda ilişkim yok. Ameliyat olmadan önce, bir erkek arkadaşım olmuştu. Bana sürekli önce çok güzel olduğumu söyleyip ardından, başlıyordu aslında çok kilon yok, vermen gereken biraz kilo var bence, istersen hemen veririsin tarzında cümleler kurardı.*

Kilo vermek için yürüyüşler yaptığımda bana destek olurdu benimle yürürdü, desteklerdi'' (K7, Kadın).

> *''Nişanlım ben kilolarımdan sürekli şikayet ettiğimde hep kafama takamamam gerektiğini söyler. Diyet yaptığım da destekler, bıraktığımda ise sıkıntı yok ne yemek istiyorsan ye der tek karıştığı şey kıyafetlerim*

olur karışması da kilolarımdan kaynaklı dar kıyafetler giymeme izin vermez. Sanki daha zayıf olsam kendisi de daha mutlu olacak gibi hissediyorum'' (K10, Kadın).

''İnsanın kendisini beğenmesi önemli olduğu kadar karşındaki insanında seni beğenmesi önemli diye düşünüyorum. Ben eşimi fiziksel açıdan beğeniyorum, onunda beni beğenmesi önemli kilolarımı kusur olarak görüyorum ve hemen vermek istiyorum veremeyince de doğal olarak moralim bozuluyor. Moralim bozulduğunda ise eşim hep toparlamaya çalışır'' (K12, Kadın).

''Bu konuda kalkıp ağzımı açsam ne kadar haksızlık yapmış olurum çünkü eşimle 17 yaşından beri birlikteyim. O beni 132 kiloyken bile aynı şekilde seviyordu ve kilo vermem için benden çok çabaladı. Ayrıca kilolu olduğum dönemde, erkek arkadaşımı yani eşimi yanıma yakıştırmıyordum kendimi beğenmediğim için. Ailemden bile daha çok destek oldu her zaman her halimle yanımdaydı o yüzden şu anda onunla evliyim'' (K13, Kadın).

Kadın katılımcıların kilo verme çabalarında partnerlerinden destek gördüklerini söylemleri ile kanıtlamaktadır. K6 eşinin işi dolayısı ile hem fit hem de sürekli hareket etmek zorunda olduğunu ve buna rağmen kendisi ile spor ve yürüyüş yaparak kilo almaması için çabaladığını ve yanında destekçi olduğunu söylemiştir. Eşinin kilo almaması için kendisi ile birlikte spor veya yürüyüş yaptığını ifade etmiştir. K7'de önceden yaşamış olduğu ilişki de erkek arkadaşından kiloları yönünden bir eleştiri almadan önce güzel cümleler kurduğunu ardından kilosuna yönelik eleştiriler yapmaktan kaçınmadığını ifade etmiştir ve tıpkı K6'da olduğu gibi kilo vermeye çabaladığı zaman partnerinden destek gördüğünü ifade etmiştir. K10 ise ilişkisindeki durum için, kendisinin kilolarına karşı olan tutumu nasılsa, partnerinin de tutmunun o yönde olduğunu ifade etmiştir. Buna rağmen katılımcı partnerinin kendisini kırmamak için öyle davrandığını düşünmektedir çünkü zayıf olursa partnerinin daha mutlu olabileceğine dair bir düşüncesi bulunmaktadır. K12 ilişki durumunda kiloya dair yaklaşımı ise, partnerinin kendisine karşı bir eleştirisi ve isteksizliği olmamasına rağmen kendisini kilo yönünden eleştirmektedir ve beğenmemektedir. Katılımcı ile aynı doğrultuda yanıtlar veren diğer kişi ise K13 olmuştur. Katılımcının eşi hiçbir zaman, katılımcıya kilolu olduğunu hissettirmemeye çalıştığı gibi, kilo verdiği süreçte de ailesinden daha çok destekçi olmuştur. Partnerini kilolu olduğu dönemde yanına yakıştıramadığını ve onun yanında şişman durduğu için rahatsız olduğunu ifade etmiştir. Sonuç olarak kadın katılımcılar kilo verme dönemlerinde yada ideal kilolarını korumalarında partnerlerinden genel olarak destek gördüklerini

söylemişlerdir. Ancak arkalarında sağlam bir destekçileri olmalarına rağmen katılımcılar kilolarından rahatsız olduklarını ve bedenlerini değiştirmek istediklerini de ifade etmişlerdir. Katılımcılar kilonun görsellik ve sağlıklı olmak açısından önemini bildikleri gibi sosyal çevrede de şişmanlığın ve obezitenin yaratacağı durumların farkına varmışlardır. Kamusal hayat, ortak yaşam alanı olmasından kaynaklı olarak sosyoloji çalışmalarında önemli bir yer edinmektedir.

4.3.4 Katılımcıların Kamusal Hayattaki Yaşantıları

Katılımcılar ile yapılan görüşme formunda yer alan sosyal çevreye yönelik sorulan sorularda bireylerin sokaklarda, parkalarda yada toplu taşıma servislerinde yaşadıkları engeller ile karşılaştığına dair verilere ulaşılmıştır. Bu alanlarda problemlerin yad engellerin yaşanması obeziteli bireylerin ihmal edilmesinden kaynaklandığına yönelik bir düşünce barındırmaktadır. Toplu taşıma araçlarında kapılar ve gişeler gibi giriş ve çıkışların dar olarak tasarlanması, basamakların belli bir kiloya kadar taşıması, basamakların çok olması yüksek olması gibi durumlar ile kilolu bireyler zor bir yaşam sürdürmektedir (Düzgün, Çakırer ve Özservet, 2013: 21). Katılımcılar kamusal alanlarda yaşadıkları engelleri daha açık ve net anlatmıştır.

> *''Bir ara kilom 95-97'ye kadar çıkmıştı. Malatya'dan Hatay'a seyahat ederken tekli koltuk olmayınca çift kişilik koltuk olarak biletimi almıştım. O yolculuğu unutamıyorum hem yanımdaki kişi hem ben rahatsız oluyordum. Çünkü onun da koltuğunun yarısını işgal ediyordum'' (K1, Kadın).*

Katılımcı bir otobüs yolculuğunu anlatmıştır. Katılımcının yolculuğu ise en kilolu olduğu döneme denk geldiğinden hem kendisi hem de yanındaki kişiyi rahatsız ettiği için huzursuz olmuştur.

Koltuğun darlığından şikayet eden bir diğer katılımcı ise yolculuk sırasında oturmamanın daha doğru bir karar olduğunu düşünerek ayakta kalmayı tercih etmiştir.

> *''Mersin'de üniversiteye yeni başladığım zamanlardı. Bir gün şehir içi dolmuşlarına bindim dolmuş tıklım tık zaten o kilomla bindim diye ayakta olan herkes bana dövecek gibi bakıyordu. Sonra benim gibi bir üniversite öğrencisi ineceğini söyledi gel sen otur dedi. Baktım yanında oturan kadın benim gibi oldukça şişmandı. Koltuğun ikisini de kaplamış bende oturmaktan vazgeçtim zaten koltuk küçücük, birde yarısı kaplanmış bende oturmaktan vazgeçtim kimsenin gülmesini kaldıramazdım'' (K3, Kadın).*

Toplu taşımalarda koltukların dar olmasından şikayetçi olan katılımcı ayakta yolculuk yapmayı daha uygun bulmuştur. Yan koltuktaki kişinin de aşırı şişman olması ile diğer yolcular tarafından gözetlenebileceğini düşünmüştür. Yolcular tarafından dışlanmamak için oturmaktan çekinmiştir. Toplu taşımada problem yaşayan başka bir katılımcı ise şu cümleyi kurmuştur;

> *''Toplu taşımaların hepsi problem en güzeli kendi araban olacak. Metroya her bindiğimde kalabalık oluyordu. Zaten ayakta gidiyorum geliyorum insanlar birde benim yüzümden sanki yer bulamıyorlarmış gibi bir şey hissettiriyorlar bana. Ayaktayım her gelen geçen bana fazlalıkmışım gibi çarpıp geçiyor, insanlar beni, bende insanları çok rahatsız ediyorum şu metrolarda (K2, Erkek).*

Katılımcı ayakta yolculuk yaptığı zaman metroların kalabalık olduğunu ve her geçen kişinin kendisine çarptığını söylemektedir. Bu yüzden insanları rahatsız ettiğini düşünen katılımcı toplu taşımaları kullanmayı sevmediğini ve elinden geldiği kadar kaçındığını ifade etmeye çalışmıştır. K5 toplu taşımalardan farklı olarak cadde ve sokaklarda park edilen araçların arasından geçmek zorunda kaldığı durumlarda yaşadığı zorluğu dile getirmiştir.

> *''Şu an tam olarak aklıma getiremiyorum. Fakat şunu söyleyebilirim sokaklarda insanların bilinçsizce araba park edişleri ve araçlar arasındaki dar aralıklar benim için bir sorun'' (K5, Erkek).*

K13 ve K14 ise eğlence merkezlerinde yaşadıkları problemleri örnek olarak vermişlerdir. Katılımcılar eğlence merkezlerinde bulunan, eğlenceli aktivitelere katılmak istedikleri halde sığamayacaklarını düşünerek aktivitelerde vazgeçmişlerdir. K14 arkadaşlarının bu durum ile alay etmesini anlatarak o anki hüznünü de anlatmıştır. Fakat arkadaşlarına hiçbir şekilde o an kırıldığını belli etmek istememiştir.

> *''Kuzenlerim ile festivallere giderdik. Festival alanlarına çeşitli eğlence oyuncakları gelirdi. Çarpışan arabalar tarzında bir nevi lunaparklar kurulurdu işte. Onlar binerlerdi benimde yanlarında olamam için sürekli, ısrar ederlerdi hadi hep birlikte geldik beraber bir şeyler yapalım derlerlerdi. Bende sığamayacağımı düşünerek vazgeçerdim'' (K13, Kadın).*
>
> *"Biz çalışma arkadaşlarım ile sürekli ortak bir şeyler yaparız. Gezi, kahvaltı, piknik… bundan 2 yıl önce falandı, bir gün parka gittiğimizde, salıncağa binme kararı aldılar sırayla hem gülüp hem sallanıyorlardı. Sıra bana gelince bir arkadaşım bence sen binme kırılırsa sorun çıkar dedi. Sonra toparlamak için kızlar bizde binmeyelim bizim için yapılmadı*

o salıncaklar falan dedi ama yani başta beni kırmıştı. Doğal olarak bozuldum ve alındığımı belli etmemeye çalıştım'' (K14, Kadın).

Türkiye Obezite Araştırma Derneği'nin yapmış olduğu çalışmada aşırı kilolular ve obezler toplum nüfusunun %69.1'ini oluşturmaktadır (Düzgün, Çakırer ve Özservet, 2013: 20). Az sayılamayacak bu veri, kamusal alanlarda sunulan hizmetlerde ve imkanlarda şişman bireyleri de düşünerek hizmet sunmanın önemli olduğunu göstermektedir. Hizmetlerden mahrum kalan bireyler şişmanlığı toplum içerisinde büyük bir engel olarak görmektedir. Kilonun engel olarak görülmesi ise imkanların eşit olarak sunulmamasından kaynaklanmaktadır. Hizmetlerden kiloları sebebi ile fayda alamayan birey, diğer bireyler tarafından dışlanmaktan kaçınamadığı durumları da yaşamaktadır. Cadde ve sokaklarda kamusal alana örnektir. Katılımcıların bu alanlarda da yaşadıkları anılar bulunmaktadır. Bu alanlarda katılımcılar bir ön yargıya maruz kaldıklarını ifade etmişlerdir. Dolayısı ile ön yargı kavramını açıklamak önemlidir. Ön yargı kavramı Gardon Allport 1954'de kavramı ilk kapsamlı tanımlayan kişidir. Kavramı psikolojik olarak tanımlayan Allport, kavram için ''hatalı, esnek olmayan bir genellemeye dayalı antipatik durumlar'' olarak açıklamıştır. Ön yargı hem bir gruba hem de bir kişiye yönelik olmaktadır. Obezite veya şişmanlık durumları devamında ön yargıların gelmesine ve sürekli üretilmesine neden olmuştur. Günümüz toplum yapısı ve kültürel anlayışı zayıf bir bedene sahip olmayı sağlıklı olmak, güzel olmak, genç olmak gibi durumlar ile ilişkilendirmektedir ve bu ilişki zayıf olmanın ideal olarak gösterilmesine neden olmuştur (Altun, 2015: 7). Ön yargı ile damgalama da kaçınılmaz olmuştur. Damga kavramını sosyolojide Goffman kuramsal bir biçimde açıklamıştır. Toplumda normların dışına çıkan durumların bedenlere kazınması ve böylece topluluk tarafından gözden düşmenin temsili olmuştur (Sevim 2018: 471). Damgalamanın bir diğer türü, sosyal damgalama kavramı ise dışlanan bireyin neyden dolayı dışlanmışlığı belirtir ve kişinin üzerindeki engele değinmektedir. Bu çalışmanın konusu ile örnekleme yapılır ise, ''kilo problemi yaşayan bireylerin, diğer bireylerden gelen düşüncelerden ve bakışlardan çekinerek birtakım aktivitelerden uzak kalması sosyal damgalamanın sonucu olarak gösterilir'' (Sevim, 2018: 474). Görüşmeye katılan katılımcılar dışarıdaki bireyler tarafından dışlandığını ifade ederek; utanma, evden çıkmama ve toplumdan izole olmak, vb. yaşantılarına değinmişlerdir.

''Zayıflamadan önce tanıdıklarımın değil ama, hiç tanımadığım insanların beni kilom ve görüntüm üzerinden yargılamasına ve eleştirmesine sinirleniyordum. Bir defasında hiç tanımadığım annem yaşındaki iki kadının yanımdan geçerken, şimdiki genç kızlar hep böyle şişman bu ne böyle diyerek konuşmasına kulaklarım şahit oldu'' (K6, Kadın).

''Dışarı çıkmaktan hoşlanmazdım. Utanıyordum ve dışarıya çıkmamak için elimden geldiği kadar bahaneler sıralıyordum. Dışarıdakiler tarafından gözetleniyormuş gibi hissediyordum. Yaz mevsiminde yaşadığım yerde istediğim gibi giyindiğim zaman, insanların yadırgayıcı bakışlarından bunalmıştım. Halbuki bir yaz tatilin de Fethiye'ye gittiğimizde bu tür bakışlar ile karşılaşmadığımı fark ettim'' (K7, Kadın).

Katılımcı yabancı insanların ona bakıp hakkında konuşmalarından rahatsız olduğunu söylemiştir. Bir birey hakkında düşüncelerin oluşmasında karakterden önce kişinin kilosunun konuşulması katılımcının eleştirdiği bir konu olmuştur. Kişiyi tanımada, kişinin kilosu üzerinden değerlendirme yapmak ön yargının kilolu bireylere yapıldığının kanıtı olmuştur. Tüp mide ameliyatı olmadan önce dışarı çıkmaktan hoşlanmayan K7, dışarı çıkmasını o dönemde mecburiyete bağlamıştır. Bütün bakışların kendine yönelik olduğunu ve mahcup olduğunu ve kötü hissettiğini söylemektedir. Yaz tatillerinde dilediği gibi giyinememesini kilosuna bağladığını ifade eden katılımcı, yaşadığı konumdan farklı bir konuma tatil için gittiği zaman böyle bir bakışa maruz kalmadığını söylemiştir. Farklı konumda o tür bakışlara maruz kalmamasının sebebi coğrafi konumlara göre modanın tercih edilmesinde kültürel değişiklerden kaynaklı olduğu düşünülmektedir.

Sonuç olarak katılımcılar halka açık olarak tanımlanan kamusal alanların içerisine giren sokak ve caddelerde rahatsızlık içeren bakışlardan rahatsızlık duyduklarını söylemişlerdir. Rahatsız eden bakışlar katılımcıların sosyal hayatlarını olumsuz etkilemiştir. Olumsuzluklar bireylerin duygularında yıpranmalar yaşatmıştır. Katılımcılar tüm olumsuzluklardan kurtulmanın çözüm yolu için kendilerini sosyal hayattan soyutlamayı seçmiştir. Gündelik hayat içinde bireylerin kilolu olması o bireyler için, problemli bir durum olmuştur. Birey eğlenirken, okulda veya işteyken, seyahat ederken ve sokakta yürürken kiloları yüzünden diğer insanlar tarafından gözetlendiğini düşünmekten kendisini alı koyamamaktadır. Kiloya karşı sosyal çevrede bilinçli veya bilinçsizce bir ötekileştirme yapıldığının gerçeği katılımcıların söylemleri ile daha net ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla bireyler bedensel yönden kendisini değiştirme ihtiyacı duymaya başlamıştır. Teknolojinin getirmiş olduğu en

son yeniliklerden olan sosyal medya bireylerin bedenlerini değiştirmesinde etkili olmaktadır. Bu yüzden görüşmede katılımcılara sosyal medya kullanımına dair sorulara da yer verilmiştir.

4.4. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımına Dair Bilgiler

4.4.1.Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Uygulamaları

Sosyal medyanın yeni bir kavram olması akademik çalışmalarda yoğun bir şekilde tercih edilmesini sağlamıştır. Sosyal medyanın çalışmalar da tercih edilmesinin sebebi, kavramın gündelik hayata yerleşmesi ile açıklanabilir. Gündelik hayata yerleşen sosyal medya, kullanımının yoğun olması internetin de yoğun olarak kullanıldığını göstermektedir. 2020'de yapılan bir çalışmada bir bireyin günlük internet kullanma süresi 7 saattir. Bu 7 saatin 2,3 saati ise sosyal medya kullanımı ile geçirilmektedir. Teknolojik ilerlemeler ve akıllı telefon kullanımın giderek yaygınlaşması ile sosyal medya ile bireyler sosyalleşme eylemlerini, sanal ortamlarda gerçekleştirmeye başlamıştır (Akkaş, vd. 2020: 133). Aşağıda katılımcıların kullandıkları sosyal medya uygulamalarına dair cevaplar yer almaktadır.

"Oldukça yoğun kullanıyorum. Instangram, Twitter birdeBlogspot sayfam var öyle içimden geçenleri yazdığım bir sayfa" (K1, Kadın).

"Facebook, Instngram, Twitter ve WhatsApp gerçi onu hepimiz kullanıyoruz" (K2, Erkek).

> *"İki tane Instangram hesabım var, ama Facebook, Twitter yok tek başına Instangram yeterli hatta bazen Google yerine bile geçiyor aramak istediğin kelimeyi yazıyorsun karşına bir sürü paylaşım çıkıyor"(K3, Kadın).*

"Instangram, Twitter ve müzikle de ilgilendiğim için, videolarımı paylaştığım bir YouTube kanalım var"(K4, Erkek).

"Genelde Facebook'u kullanıyorum Instangram aklıma bile gelmiyor" (K5, Erkek).

"Evet kullanıyorum Instangram, WhatsApp gündemi takip etmek açısından paylaşım yapmadığım Twitter hesabım da var" (K6, Kadın)

"Tek Instangram hesabım var" (K7, Kadın).

"Facebook hesabım var, Instangram hesabım yok, hesabımız var eşimle ortak hesap" (K8, Kadın).

"WhatsApp, Telegram ve Instngram " (K9, Erkek).

"Bizim meslekte Instangam kullanmadan olmaz o yüzden aktif bir Instangam kullanıcısıyım" (K10, Kadın).

> *"Instangram hesabım vardı, şu an dondurdum kullanmıyorum, neden dondurdun diyorsan hesabım başkalarının eline geçmişti güvenli gelmedi şimdilik tek WhatsApp hesabım var" (K11,Erkek).*

"Şu dönemde herkesin illaki bir Instangram hesabı vardır, doğal olarak benimde kullandığım tek sosyal medya Instangram" (K12, Kadın).

"Biliyorsun ki iki tane Instangram hesabım var" (K13, Kadın).

> *"WhatsApp, Instangram, kullanmasam da,TikTok uygulaması da var telefonumda hatta ben unutmazsam sileyim onu artık orada ki videoları Instangramda da görüyorum" (K14, Kadın).*

"Facebook benim adıma Insatngram ise, eşimin ama ben kullanıyorum (K15, Kadın).

"Twitter ve Instangram" (K16, Kadın).

"Örgülerimi paylaşmak için Instangram kullanıyorum" (K17,Kadın).

"Var tabi ki Instangramım var" (K18, Erkek).

Yukarıda katılımcıların hangi sosyal medya uygulamalarını kullandıkları hakkında cevaplar deşifre edilmiştir. 18 katılımcının hepsi cevabında Instangram uygulamasına yer vermektedir. K8, K11 ve K15 cevaplarında Instangram kullanımında açık uçlu cevaplar vermişlerdir. K8 eşi ile ortak hesap kullandığını belirtmektedir. K11 ise Instangram hesabının çalınması ile uygulamaya güveninin yok olduğunu söyleyerek hesabını kurtardıktan sonra dondurmuştur. K15 ise uygulamayı kullandığını fakat kendisine ait olmadığını söylemektedir. K17 Instangramüzerinden ticaret yapmak amaçlı, sosyal medyayı kullandığını açıklamıştır. Katılımcıların bir kısmı mesajlaşma uygulaması olarak kullanılan WhatsApp, Telegram gibi uygulamaları sosyal medya uygulaması olarak düşünmediği için yanıtlarında uygulamaların isimlerini kullanmamışlardır.

4.4.2.Katılımcıların Sosyal Medyada Yer Alan; Ünlü / Fenomen / İnfluencerlerden Etkilenmesi

18 kişi ile yapılan bu görüşmede, katılımcıların bir kısmının tercihlerini belirlemesinde ünlü, fenomen yadainfluencerlerden etkilendiklerine yönelik yanıtlar verilmiştir. Arklan ve Tuzcu'nun (2009: 1006) çalışmasın da geçtiği gibi, sosyal medya kullanıcıları güzel vakit geçirme, eğlenme, bilgiye ulaşabilme, etkileşim sağlayabilme gibi sebeplerden dolayı ınfluencerlerin takip edildiğini nitelemektedir.

> *"Ala Tokel'i severek takip ediyorum. İlk kendisini keşfetmem YouTube üzerinden olmuştu, ardından Instangramda da takip etmeye başladım. Makyaj videolarından çok öyle normal hayatından yaptığı paylaşımlarda kendisini çok samimi buluyorum, ayrıca senin çalışmana uygun olarak takip ettiğim Naz Arık var çok güzel detoks paylaşımları yapıyor başarılı bir kilo verme süreci olduğundan verdiği her tavsiyesi değerli bana göre, öncesi ve sonrası için yaptığı paylaşımlarda insanı umutlandırıyor" (K1, Kadın).*

K1, Naz Arık'ın başarılı bir şekilde kilo vermesinde yaptığı tariflerin faydalı olduğunu, yaptığı öncesi ve sonrası paylaşımları ile kendisini motive ettiğini ve örnek aldığını ifade etmiştir. Bu yüzden onun verdiği tavsiyeleri değerli bulmaktadır.

> *"Ben bir beslenme ve diyetetik öğrencisiyim. O yüzden, diyetisyen sayfalarını yakından takip ediyorum. ikinci hesabımı o yüzden açtım alanda örnek aldığım bir kaç diyetisyen var. Bunların başın da Berrin Yiğit geliyor. Instangramda genelde hep kadın diyetisyenleri görüyorum, mesleğimiz de işini çok iyi yapan erkek meslektaşlarımda var mesela Selahattin Dönmez" (K3,Kadın).*

Beslenmenin önemli olması, diyetisyenlik mesleğinin de önemli bir konuma yerleşmesini sağlamıştır. Böylece diyetisyenlerin ve beslenme danışmanlarının sayısında büyük bir artış ortaya çıkmıştır. Meslek grubundaki artış ile bireylere sürekli bilgi sunan diyetisyenler, danışmanlık için tercih edilmeye başlanmıştır. Danışanlara ulaşmak ve geniş bir kitleye seslenebilmek için sosyal medya diyetisyenler için doğru bir tercih olarak görülmüştür. Sosyal medya sağlık tüketiciliğinde yeni bir yol olmuştur (Dumas,vd.,2018:2). Sosyal medya diyetisyenlerin geniş bir kitleye seslenmesini sağlarken, bireylerin kendilerini tercih etmesini de sağlamaktadır. Diyetisyenlik mesleğinde Instangram kullanımının yoğunlukta olduğu görülmektedir. K3, Instangramın bireylere sunmuş olduğu bu fırsattan faydalanmayı ilerideki yaşamında hedeflemiştir.

"Düzenli olarak, fitness (vücut geliştirme) sporu ile uğraştığım için takip ettiğim ve bireysel olarak danışmanlık aldığım bir kaç kişi var. My Hulk ve Gökalaf bunlar uzmanlaşmış vücut geliştiriciler bunların önerdikleri gıda takviyelerini elimden geldiğince tüketmeye çalıştım, önerdikleri vücut geliştirme sporlarını yaptım onların verdikleri önerileri elimden geldiği kadar yapmaya çalışırım" (K4,Erkek).

"Bloggerlık çok arttı çevremizden insanlar bile artık kolay bir şekilde bu mesleği yapmaya başladı. Eminim her Instangram kullanıcısının hayranlıkla takip ettiği birileri vardır. Benim en beğendim Blogger Duygu Özaslan onun ardından DanlaBiliç geliyor, kilo vermemde destek aldığım bir Influencermı?, Fenomen mi? bilmiyorum Seda Altın var zayıflama kararını aldıktan sonra onun günlük egzersizlerini yaparak adım attım kilo vermedim ama, her gören sen kilo mu verdin? sorularını yöneltmeye başlamışı. Demek ki işe yarıyordu incelmiştim bireysel koçluk yaptığına dair sosyal medya hikaye bölümünde yer alan paylaşımlarını fark edince bir ay bende uzaktan danışmanlık aldım, aynı zamanda detoks çayını günde iki fincan tükettim. Bir ay onun desteği ardından iki ay kendimce yaptığım kontrol ile 3 ay içinde 73 kilodan 59-60 kiloya kadar zayıfladım (K6, Kadın).

K4 fitness sporu ile uğraştığı için, o alanda öne çıkmış bireyleri takip ettiğini ifade etmektedir. K6 numaralı katılımcı ise zayıflamak için bir spor hocasından bireysel olarak danışmanlık aldığını aynı zamanda bahsettiği uzmanın özel detoks çayını tükettiğini ifade etmektedir. Katılımcıların takip ettikleri ve danışmanlık aldıkları bireyler sosyal medyada büyük bir takipçi kitlesine ulaşarak fenomen, ınfluencer veya blogger konumuna gelmişlerdir. Sosyal medya fenomenlerinin ve ınfluencerlerinin yaptıkları paylaşımlarda, takipçilerinin de tüketim kararlarının şekillenmesinde etkili olmaktadır. Fenomenlerin ve ınfluencerlerin yaptıkları paylaşımların satın alma kararlarında etkisinin büyük olduğu anlaşılmıştır. Bu durumun sebebi ise fenomenlerin ve ınfluencerlerin bireyler tarafından beğenilerek ve sevilerek takip edilmesi olarak açıklanmaktadır (Avcılar, vd., 2017: 12). K4 'de tıpkı K6 gibi, takip ettiği spor eğitimcileri tarafından önerilen takviyeleri tükettiğine değinmiş ve aynı zamanda önerilen vücut geliştirme sporlarını elinden geldiği kadar yapmaya çalıştığını söylemektedir.

"Benim spora başlamam konusunda bir arkadaşım etkili oldu. Onun etkisi ile spora başlayınca insan ilgi alanıyla ilgili birilerini takip etme ihtiyacı duyuyor benimde sporla ilgili takip ettiğim Yusuf Kerem vardı adam doktor, aynı zaman da antrenör ve başarılı motivasyon videoları paylaşıyor, yok danışmanlık falan yok, adamın fiziği ne kadar tecrübeli olduğunu kanıtlamaya yetiyor"(K11,Erkek).

Teknolojik cihazlar üzerinden ortaya sürülen paylaşımlar, bireylerde benzer davranışların ortaya koyulmasını sağlarken, bir taraftan da ortak yada benzer istekleri ortaya çıkarmaktadır. Bireylerin eylemlerini yönlendiren teknolojik cihazlar, iletişimin ve etkileşimin ulusallaşması aynı zamanda artık bedenlerde görünmesine neden olmuştur (Şensoy, 2013: 2). Sosyal medyada en çok tüketim tercihi; spor, diyet, sağlık ve kozmetik gibi tavsiyeler üzerinden ilerlemektedir. Sosyal medya yaratmış olduğu meslek grubu; ınfluencer, fenomen gibi kitlesi büyük olan bireyler üzerinden tüketimi arttırabilecek fotoğraflar üzerinden paylaşımlar yaptırmayı öğretmektedir. Sosyal medya platformlarında ün kazanmış bireylerin görsel sunumları takipçilerinin düşüncelerin de olumlu izlenimler oluşturmaktadır. K13 takip ettiği kişinin vücut yapısı ile, o kişinin tecrübeli olduğu sonucuna ulaşmıştır.

> *"Büyük bir kilo kaybı yaşamam ile bende ikinci Instangram hesabımı açtım. Kişisel bir hesabımın yanın da herkese açık bir kişisel blog hesabı oluşturmamda ki amaç; başarımı ve deneyimlerimi benim gibi çabalayanlara ulaştırmak için oluşturdum Zamanla takipçi sayım da artış olunca ürün tanıtımı için linkler de oluşturmaya başladım.Genellikle diyetisyenimden öğrendiğim sağlıklı tarifleri, yaptığım sporları ve de motivasyon fotoğrafları paylaşmaktayım kendime ait before-after fotoğrafları hem herkese kilo verdiğimi göstererek geri kilo almamak için de çabalıyorum sonuçta büyük bir hayran kitlem oluştu örnek olmam gerekiyor" (K13,Kadın).*

> *"Şimdi sosyal medya yaygınlaştığından, artık yok özenerek izlediğim Fashion Tv gibi moda kanalları. Sizler nasıl modayı Instangramdan takip ediyorsanız, bende eskiden modayı böyle kanallardan takip ederdim. Bu kanallardaki mankenler gibi olmak istiyordum onların giydikleri kıyafetlere benzer kıyafetleri bulmaya çalışıyordum. Herhalde insan gençken süslenmeyi ve giyinmeyi seviyor. Şimdi de kızlarım tıpkı benim gençlik yıllarında davrandığım gibi sürekli ellerinde telefon şunu alalım mı? bu kıyafetten çok yerde gördüm hoş duruyor bende alacağım, güzel kıyafetmiş gibi konuşuyorlar arlarında" (K15,Kadın).*

> *"Şeyda Erdoğan'ı çok seviyorum ve çok beğeniyorum. Zayıflamak içinde takip ettiğim birisi var ismi Zülal ama soy ismini bilmiyorum. Evet çok büyük bir sayfası var kullanıcı ismini söylersem bakarsın sonra ‘’zulallemutlugünler’’. Böyle 2,3 kilo aldığım zamanlar onun verdiği tariflerden uyguluyorum, yok annem öyle çay, smothie tarzı şeyler tüketmeme kızmaz" (K16 Kadın).*

Sosyal medya uygulamalarının yayılması ile herhangi bir üne sahip olmayan bireylerde takipçi sayısındaki büyük artış ve bireyi etkileyebilecek paylaşımlar yaparak, popüler bir sosyal medya kullanıcısı olma imkanını yakalayabilmektedir. Son yıllarda Instangram'da bireyler mesleklerini sergilemeye başlamıştır. Fakat

sosyal medya da artık bir mesleğin unvanına sahip olmak şartı aranmamaktadır, tıpkı K13'ün durumu gibi. Çünkü katılımcının mesleği grafik tasarım, oluşturduğu blog sayfa ise sağlıklı tarifleri de içeren bir sayfadır tıpkı bir beslenme danışmanı yada yaşam koçu gibi paylaşımlar yaptığını söylemleri ile ifade etmiştir. Katılımcı verdiği kilolar sayesinde sosyal medya da büyük bir hayran kitlesine ulaştığı için kilo almamaya özen göstermektedir. Bu durum sosyal medyanın obeziteyi engellemesine örnek gösterilebilir. K13 büyük bir kitle tarafından takip edilerek, sosyal medya da blogger statüsüne ulaşmıştır. Sosyal medya da yoğunluklu bir kullanıcı sayısına sahip olan ve belirli bir kitleyi etkisi altına alan sosyal medya kullanıcıları ınfluencer, YouTuber, fenomen yada blogger olarak tanımlanmıştır. İlgi alanlarına göre çeşitli kategorilere ayrılmaktadır. Son yıllarda sosyal medya da öne çıkan büyük bir kitleyi çeken kategoriler; moda, beslenme, astroloji, güzellik, kişisel gelişim alanlarında görülmektedir. Bu kategorilerde katılımcıların tüketim alışkanlıklarında da değişimler görülmektedir. K16 severek takip ettiği bir ınfluencerin yanında aldığı bir kaç kiloyu vermek için verdiği tavsiyeleri önemsediği bir Instangram kullanıcısından bahsetmektedir. Bahsettiği kişi sosyal medyada büyük bir takipçi kitlesine sahiptir. Sosyal medya ortamlarında kilo vermiş bir ınfluencerın tavsiyelerinin önemsendiği katılımcıların cevapları ile net bir şekilde ortaya çıkmıştır. Sosyal medya yeni bir medya türüdür, sosyal medyadan önce toplumda bireyler gazete, dergi ve televizyon gibi medya araçlarından faydalanmaya çalışmışlardır.

Televizyonun bir araç olarak merkeze alınması ile giyim, yürüyüş, estetik görüntü gibi durumlar buradaki görüntüler ve sunumlar ile yönlendirilmiştir. Sosyal medyadan önce televizyon ile bireyler bilinçlenmeye başlamıştır ve bir şeyin nasıl olması gerektiğine televizyonlardan öğrendikleri karar vermişlerdir. Televizyonlar bireylere toplumda beğeni kazanması için uygun kanallar yaygınlaştırmıştır. Bu durum beğenilmenin hem geleneksel medyada hem de çağdaş medya da önemsendiğini göstermektedir. Dolayısı ile bireyi hayal dünyasına çekme görevi teknolojide kutsallaştırılmıştır. Televizyon, izleyicilerini "bir imgeler evreni olarak tanımlanan üst düzey gerçeklik tuzağına" sürekli çekmektedir (Gottidener, 2005: 43). K15 Fashion Tv'yi izleyerek gençliğinde bedenini simülakr olarak nasıl inşa etmesi gerektiğini öğrenmiştir. Günümüzde sosyal medya üzerinden model alma durumu, katılımcının döneminde televizyonlardaki kanallar, aracılığı ile gelişim

göstermektedir. Bedeninde neyin güzel ve hoş duracağını yada neyin abes duracağını televizyon kanaları aracılığı öğrendiğini açıklamıştır. Televizyonlarda hiper gerçeklik olarak gösterilen modeller bedenlerde simülakr olarak görülmeye başlanmıştır. Sosyal medyadan ve medyadan gösterilen mankenlerin, modellerin yada sporcuların bedenleri ile özdeşleşen; bir markayı yada ürünü tüketmek bireyleri mutlu etmiş, bedenini ve benliğini ısmarlamaya başlamıştır. (Bauman, 2018: 22-25). Örneğin bir kişi, Şeyma Subaşı gibi sıkı ve ince bir vücuda sahip olmak için acı ve ağrı ile baş etmesi gerekirken aynı zamanda bir bütçeye de sahip olması gerektiğinin de farkına varmalıdır. Bütçesini ayarladıktan sonra, hayaline göre bir model belirlemek daha kolay olacaktır. Katılımcıların verdikleri yanıtlar durumu özetlemektedir. Gerek sosyal medyada gerekse televizyonda rol model olarak seçtikleri kişilerde; sıkı vücutlarını, yürüyüşlerini, bacak tiplerini, giyimlerini, fiziksel açıdan aktifliklerini beğendiklerini ifade etmişlerdir.

4.4.3. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımında Tüketim Davranışları

Değişen toplumsal yapıda küreselleşme ile üretimin yerini tüketim almıştır. Tüketicinin seçimleri giyim, imaj, beslenme, spor, moda gibi alanlarda tüketim seçimlerinde de bir benzerlik mevcuttur. Sosyal medyanın küreselleşme ye yardımcı olması ile, tüketim alışkanlıkları neredeyse tıpa tıp aynı olmaya başlamıştır. Tüketim için tercih edilen ürünler ihtiyaç gibi görünen, aslında tüketicinin duygularını tatmin eden bir işlevdedir (Kılınç, 2019: 49-41). Sosyal medya ile bireyler arasındaki iletişim artmaya başlamıştır. İletişimin artması zaman ve mekan engelini de ortadan kaldırmıştır farklı mekandaki bireyler diledikleri zaman sosyal medya üzerinden iletişim kurmaya başlamıştır. Artan iletişim ve etkileşim ile, benzer beğeniler ve istekler görülmeye başlanmıştır. Görülen bu benzerlikler sayesin de ortak tüketim alışkanlıkları oluşmuştur. Katılımcıların sosyal medyanın etkisi ile, tüketim davranışlarına verilen yanıtlara aşağıda yer verilmektedir.

> *"Instangramda bir ara sürekli 7 zeytin 1 incir diye bir ürün görüyordum. Kilo vermek için sürekli bir şeyler araştırıyordum. Kullananların yorumlarını okuyordum cesaret edemedim. Pozitif yorumlar okuyordum ama ben bir tane bile negatif yorum görsem hemen kötü olandan etkilenirim kötü yorumlar benim ürünü kullanmamam da etkili oldu diyebilirim. Aslında kullananların güzel değişim fotoğrafları vardı. Dediğim gibi, ben negatiften daha kolay etkileniyorum " (K1, Kadın).*

Baudrillard bir ürünün talep edilebilmesi için, otomobil reklamlarından bile etkili olan şeyin beden olduğunu söylemektedir. Üretim ve tüketim yapılarının öznede yani bedende bir sermayeye dönüştüğünü düşünmektedir (Baudrillard, 2017: 163). Baudrillard toplumsal süreçte bedeninde sürekli bitmeyen bir süreçte hareket halinde olduğunu ifade etmektedir. Moda, sağlıklı yaşam gibi vaatler ile, bedeni sürekli tüketime teşvik etmektedir. Tüketimi gerçekleştirdikleri zaman birey bedeni ile toplumsal hayatta dilediği statüde ve konumda olacağının umudu verilmektedir. K1'de almak istediği ürünün yorumlarından ve ürün kullanıcılarının değişim fotoğraflarının etkisi ile ürünü almayı düşünmüştür.

> *"Sadece sosyal medya değil her yerde alışveriş yapmamız için sürekli bir şeyler bizi dürtüyor. Kilo vermek için sosyal medya üzerinden herballife almıştım. Nasıl kandırıldım anlamıyorum faydasız diyemem, faydalıydı da, tadı çok kötüydü çok şekerliydi birde satışını yapan kişi sürekli arıyor soruyordu dikkat ediyorsunuz değil mi?, aman kaçamak yapmayın tarzında uyarılar yapıyordu bildiğin yediklerim kısıtlanıyordu, halbuki ben o kedi maması tipli takviyeyi kolay kilo vermek için almıştım. Zayıfladım ama kalıcı değildi, ürünü bıraktım tekrar kilo aldım" (K8, Kadın).*

K8 sosyal medya üzerinden bir alışveriş yapmıştır. Katılımcı ürünün kullanıcıları tarafından yorumlara ve satıcının verdiği cevaplara göre alışverişini gerçekleştirmiştir. İçeriği oluşturan kişinin ürün tanıtımında aldığı yorumlar ve beğeniler katılımcının ürünü seçmesinde etkili olmuştur. İçeriği yayınlayan birey aynı zamanda kazanç elde ettiği için; takipçi sayısı, aldığı yorumların olumlu olması, beğeni sayısındaki yüksek değer ürünün arz edilmesinde önemli olmuştur. K8 yorumların etkisinde kalarak alışverişini gerçekleştirmiştir fakat yorumlardaki gibi kolay bir kilo verme süreci yaşamadığı gibi aynı zamanda ürünü kullanmayı bıraktıktan sonra verdiği kiloları geri aldığını ifade etmektedir. Dolayısı ile sosyal medya da oluşturulan ürün içerikleri takipçi kazanmak, beğeni almak, tanıtım yapmak ve satış yapabilmek için etkili bir yöntem olurken bir taraftan da bu etkileşimler bireylerin kilo vermesi için çözüm yolu seçmesinde etkili olmuştur.

> *"Evet önceden suplement gıda takviyeleri alıyordum. Şimdi bu takviyeleri herkes kullanmaya başladı fiyatları çok arttığı için bende protein ağırlıklı beslenmeye başladım fakat takviye kadar etkili ve hızlı sonuç vermiyor" (K4, Erkek).*

Tüketilen bir şeyin küreselleşmesi yani yaygınlık göstermesi kültürün ve ekonominin birbiri ile olan karşılıklı ilişkisini göstermektedir (Sungur, 2011: 15). K4 önceden bir

gıda takviyesi kullandığını ifade etmiştir. Fakat kullandığı ürünün toplumda herkes tarafından kullanılmaya başlanması ile fiyatında bir artış olduğunu açıklamıştır. Bunun sebebi arz ve talep ilişkisi ile bağlantılıdır. Ürünün faydası sosyal medya aracılığı ile çeşitli güzellemeler ile sunulması ürünün kullanımının artmasında etkili olmuştur. Postmdern dönemde tüketimin artması ürünlerin sanal alemde belirli imajlar altında bireyleri büyülemiştir.

4.4.4. Sosyal Medya da Temsil Edilen İdeal Beden ve Katılımcıların Düşünceleri

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve üzerine sürekli yeni eklenen kitle iletişim araçları ile güzellik üzerine oluşturulan düşünceler de değişmektedir. Kitle iletişim araçları sayesinde beden ve güzellik üzerine oluşturulan düşünceler sürekli biçimlenirken bir taraftan da yenilerini eklemektedir (Yenilmez, 2009: 54). Kitle iletişim araçlarının yeniliklerinden birisi olan sosyal medya güzelliği tek tipleştirirken bir taraftan da yarattığı ideal bedene duyulan isteği de her geçen gün arttırmaktadır. Sosyal medyada gösterilen ideal beden paylaşımları ile güzellik ve yakışıklılık hakkında düşünceler oluşmaktadır. Katılımcıların bu konudaki düşünceleri aşağıdadır.

> *"Kilo vermeden önce fotoğraf paylaşırken kendimi inceltiyordum birazda bacak boyumu uzatıyordum. Sanki göze batmıyor gibi geliyordu şimdi bakıyorum da fotoğraflarımın kalitesini bozuyormuşum ne kadar komik duruyorlar. Instangram da hep güzel kadınların beli incecik insan fotoğraf paylaşmaktan utanıyordum onları görünce" (K3, Kadın).*

> *"Bu konuda yalan söyleyemem salona gittiğim de hep storyler atarım. Genelde insanlar başta tipleri iyi ve güzelken paylaşır ben biraz çalıştıktan sonra paylaşırım. Kaslarım ortaya çıkıyor böylece güçlü ve dinamik bir görüntüde oluyorum" (K4, Erkek).*

Connel, "*Toplumsal cinsiyet ve ikitidar (1998)"* isimli kitabında hegomanik erkeklik kavramını belli bir erkeklik görünümüne sahip olan bireyin diğer erkek aktörlerden üstünlüğünü ifade etmektedir. K4 spor yaptıktan sonra kaslarının belirgin bir hale gelmesinden memnun olduğunu açıklamış ve böylece güçlü bir yapıda olduğunu savunmuştur. Katılımcının bu şekilde bir yanıt vermesi erkeklik görüntüsüne önem verdiğini ve onun için çabalamaktan mutlu olduğunu kanıtlamaktadır. Goffman dramaturjik teoride aktörün toplumda rolünü oynadığını yani performansını sergilediğini açıklamaktadır. Buradaki performans kavramı aktör tarafından diğer

aktörleri etkilemek üzerine oluşturulan eylemler olarak ifade edilmektedir (Goffman, 2004: 28). K4'ün fotoğraf paylaşımında spordan sonra fotoğraf atması bedensel görüntü için çabaladığını ve bu çabasının karşılığını aldığını kanıtlamak amaçlı yaptığının göstergesidir.

> *"Kadınlar crop giydiğinde karın kası çok güzel duruyor. Bunun yanında sosyal medyada karşıma çıkan güzellik unsurları beyaz ten kesinlikle bronz teni savunmuyorum, griye dönük sarı saç, ince bel ve sıkı bir vücut, göze batmayan ufak estetik dokunuşlar hoş duruyor öyle çok şişmiş dudaklar, çok dik burun değil ama yapay durmamalı" (K6, Kadın).*
>
> *"Sürekli bir şeyleri beğendiğimde şuram da şöyle, buramda böyle olsa fena olmazdı diyorum tabii. Kilolu olduğum dönemler de hiç farkında olmadan paylaştığım fotoğraflara bakıyorum hep öz çekim. Sebebi çok net belli özgüvensizliğim yada yüzümü bedenimden daha çok beğendiğimden kaynaklı sanırım. Çünkü güzel kadınlar hep zayıf ve kibar görünümlü kadınlar" (K13, Kadın).*
>
> *"Önceden sosyal medyayı kullanırken post paylaşmazdım, tek story (hikaye) paylaşırdım. Orada ki efektler yüzü estetikli gibi gösteriyor dik yüz hatları efektlerde ki renk tonları falan hoş hem 24 saat sonra kayboluyor kalıcı olmuyor o yüzden. Ameliyat olmadan önce aşırı obez olmasam da kilolu birisiydim. Çok sağlık problemleri yaşadım ameliyattan sonra ne kadar pişman olsam da kilo verdikten sonra post paylaşmaya da başladım. İncelince diğerlerinden farklı olmadığımı anlamam etkili oldu belki de" (K7, Kadın).*

Başta Instagram olmak üzere sosyal medya uygulamalarında fotoğrafları düzenleme ve filtrelerin uygulanmasındaki amaç gerçekleri gizlemede büyük bir işleve sahip olmasıdır (Araujo ve ark.,2014: 19-23). K3 ve K7'nin photshoplu ve filtreli fotoğraflar paylşaması sosyal karşılaştırma teorisine dayanmaktadır. Teori insanların kendilerini başkaları ile kıyaslayarak beğendikleri biçime dönüştürmesini ifade eder (Festinger ve Katz, 1954: 117-140). Katılımcılar beden memnuniyetsizliklerinden dolayı zayıf bedenlerin ideal oldukları düşünerk bu davranışlarda bulunmuşlardır.

> *"Benim yağlarım ve kilom karın ve göbek bölgemde birikmiş bir halde ve kollarım aşırı ince erkek vücudun da bu durum hoş durmuyor. Zaten spora da kilo vermekten çok kollarımı kalınlaştırmak için başladım. Aşırı bir kas yapmak istemiyorum ama şöyle hafif üçgenimse bir vücuda sahip olsam yok demem, şimdi erkeklerde fiziğine görüntüsüne dikkat ediyor çevremdeki insanların paylaştıkları fotoğraflardan görüyorum bunu, mecbur bizde uymak zorundayız bir şeylere " (K11, Erkek).*

Butler 2012'de cinsiyetin inşaa edilebileceğini savunmaktadır. Ona göre kültürün ve toplumun yaşadığı dönüşümler ile cinsiyet tasarlanmaktadır(Barutçu, 2020: 433).

K11 bedeninde beğenmediği bir bölümü spor ile inşaa ederken beğenmemesi gerektiğinide sosyal medyadan öğrendiğini açıklamıştır. Toplumun bedenleri cisimleştirmesi sadece kadın bedenler üzerinde değil erkek bedenler üzerindende yaşanmaktadır. Sosyal medya bu durumu hızlandırmıştır.

Yapılan çalışmalar göstermektedir ki arzu edilen bedensel görüntün bireyin kendi bedeni dışında ki bedenlerde var olduğu yönündedir. Bu durumun yaşanmasında sosyal medyanın kalıplaşmış güzellik normlarını yaygınlaştırması etkili olmuştur. Kadın katılımcılar zayıf ve ince bir beden sahip olmadıkları için efektli fotoğraf ve photosplu fotoğraf paylaşımlarının sebebi olarak kilolu olmalarını belirtmiştir. Aynı zaman da K7 kilo verdikten sonra herkes gibi olduğunu göstermek için boydan fotoğraf paylaştığını belirtmektedir. Katılımcıların yanıtlarına göre sosyal medya da idealize edilen beden genel anlamda öteki bedenlerde yani kendi bedenleri dışındaki bedenlerde var olmaktadır. İnce bel, sıkı vücut, beyaz ten, uzun bacak, kaslı karın ya da kol olarak katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Öteki beden, medyanın yada sosyal medyanın ve toplumsal söylemlerinden üretilen bedendir (İnceoğlu ve Kar, 2016: 83). Yapılan görüşmelerde kadın katılımcıların yanıtlarına göre, katılımcıların sosyal medyadaki bedenler ile kendi bedenlerini kıyasladığını ve kendi bedenlerine karşı eleştirel yaklaştıkları görülmektedir. Bu durumda yeni bedenler üretmek ve modellemek şart olmuştur. Erkek katılımcılarda ise, K4 sosyal medya kullanımı sırasında ideal vücut için çabaladığını göstermekten mutlu olduğunu ifade etmiştir. Bir diğer erkek katılımcı yani K11 kollarının gövdesine göre ince olmasından şikayetçi olduğunu ve erkeklerin de artık fiziksel görünümüne dikkat ettiğini sürekli sosyal medya içerikleri öğrendiğini dile getirmiştir. Dolayısıyla katılımcı bedensel görüntüsünü önemsemesi gerektiğini anlamıştır. Erkek katılımcıların de tıpkı kadın katılımcılar gibi bedensel görünümü için çabaladığı görülmektedir. Sosyal medyadan sunulan görseller ile güzelliğe yada yakışıklılığa ulaşmak için birey nasıl görünmesi gerektiğini sürekli öğretmektedir. Bireylerin ideal beden için söyledikleri düşüncelere bakıldığında postmodern dönemin getirdiği gençlik, güzellik, vs. özellikleri yer almaktadır. Bu özellikleri barındırmakta obezite, şişmanlık veya kilo büyük bir engel olmuştur. Verilerde kilo durumuna yönelik cevapların yoğun gelmesi ideal beden inşaasında zayıf, sıkı, uzun, kaslı gibi görüntülerin giderek toplumda norm haline geldiğinin kanıtı nitrliğindedir. Sosyal medya kullnımı ile beraber geleneksel fotoğrafçılık yerini ütopik fotoğraflar almaya başlamıştır. Sosyal medya

kullanımı bireylerin gündelik hayat pretiklerini şekillendirdiği gibi bedenlerinide gerçeküsütü mekan üzerinden biçimlendirmeye başalamıştır. Post modern dönemin tüketimi yaygınlaştıran özelliği ile toplumdaki tüm yapılarda estetiksel açıdan uyum sağlamak giderek önem kazanmıştır. Bireylerin bedenlerinin ideal biçime uyum sağlayarak inşa etmesi, bireyi beğenilerden yoksun bırakmadığı gibi aynı şekilde bireyin toplumsal hayatta özgüveninide arttırmaktadır.

5. SONUÇ

İnsan içinde bulunduğu her alanda başta bedeni ile yer alırken, bir taraftan da sürekli dönüşümler yaşamaktadır. Birey yaşı ilerledikçe sürekli sosyalleşmeye başlamıştır ilk sosyalleştiği toplumsal alan ise ailesidir. Ardından bu alanların üzerine yenileri eklenir eğitim kurumları, hastaneler ve çeşitli ortak yaşam alanları. Sürekli sosyalleşen birey içinde bulunduğu kurumlar yada gruplar tarafından müdahalelere ve baskılara da maruz kalmaya başlar. Maruz kaldığı bu durumların başında bireyin en nesnel parçası olarak bilinen bedeni gelmektedir (Bingöl, 2017: 87-89). Beden ve bireyin bir bütün halinde olmasıyla bedende yapılan tüm değişimler benliği de doğrudan etkilemektedir. Toplumsal hayatta kurulan iletişimler ve etkileşimler sayesinde benlik sürekli dönüşümler yaşamaktadır. Modern dönemde bireyselliğin öne çıkması ile benliğin nesneleşmesi için bir adım atılmıştır. Kişinin bedeni ve benliği arasında yakından bir ilişki bulunmaktadır bu ilişki post modern dönemde giderek yakınlaşmıştır. Post modern dönemde bedene karşı ilgi diğer dönemlere göre daha fazla artmıştır. Post modern dönemde göze çarpan özelliklerden biriside belirsizlikler ve çatışmalar olmuştur, bu belirsizlik ve çatışmalar bireylerin bedenlerine de yansımıştır. Beden kavramı benliğin sunumu olmakla beraber sınıfsal yerin işaretçisi ve toplumsal algıların gösterimi çıktığı yerdir. Birey bedeni ile belirsizliklerin karşısında beliğini, kimliğini ve diğer görünen yönlerini toplumda yaşadığı ve kurduğu etkileşimlere inşa etmektedir. Birey bedenini kurmuş olduğu etkileşimlere göre kontrol altına almaktadır. Bu kontrol; söylemler, çeşitli beden pratikleri, algılar, normlaşmış kalıplar, medya ve sosyal medya betimlemeleri, vb. sosyal etkenler rehberliğinde gerçekleşmektedir.

Post modern dönemin akışkan, yayılmacı kültürüne ve toplumsal ilerlemelerine göre şekillendirilen bedenler, bunları yaparken arzu edilen biçimde var olma savaşı vermektedir. Post modern dönemde tüketim bireyin var olma savaşlarından birisidir. Bedeni şekillendirmeye yönelik belirli eylemeleri yerine getirmesiyle birey topluma uyum sağlayacağını ve ait olacağını kabul etmiştir. Bireyler normale uyum sağlamak adına beden inşa eylemlerine yönelmektedir. İdeal beden inşa etme toplumsal yönü ve getirileri ile gündelik hayat pratiklerinden birisi olmuştur. Bireyin beden inşa etme eylemlerinden biriside kilo verme üzerinden gerçekleşmektedir. Kilo bireyin biyolojik sağlığını etkilediği gibi ruhsal, bedensel ve toplumsal sağlığını da

etkilemektedir. Bu kavramlar incelendiği zaman şu açıklamalara ulaşılır; bedensel sağlık kavramı, öncelikle kişinin görüntüsel durumunda herhangi bir anormallik olmadığı gibi bedenin tüm parçalarının sistemli bir şekilde çalıştığının da göstergesidir. Bunun yanı sıra bedensel sağlığın düzenli olması biyolojik sağlığında düzenli olduğunu göstermektedir çünkü dokuların ve hücrelerin görevlerini yerine getirmesinin de işaretçisidir (Bolsoy ve Sevil, 2006: 78-87). Ruhsal sağlık kavramı kısaca tanımlanırsa bireyin psikolojik ve ruhsal yönünde zedelenmelerin olmamasıdır. Kişilerin bireysel görüntüsünden dolayı ruhsal açıdan rahatsızlık duyması bedensel algı bozukluğu (BAB) olarak bilinmektedir. Bedensel algı bozukluğu durumu psikoloji literatürlerinde vücut disformik bozukluğu (VDB) olarak da ifade edilmektedir. Bu kavram bireyin bedeni için sürekli negatif duygular beslediğini ve ideal bedene ulaşmak uğruna psikolojisinde patolojik durumlar yaratmasıdır (Nieuwoudt, vd. 2012: 569-577). Dolayısıyla VDB, bireyin bedeninde hiç kusur olmayacak durumların bile kusur olarak görülmesine sebep olmaktadır. Sosyal sağlık kavramı ise toplumsal hayattaki birliğe uyum gösteren bireyin sosyal olarak sağlıklı olduğunu ifade etmektedir. Her topluluğun kendine has özellikleri olduğu gibi topluluklar içerisinde de çeşit, çeşit özellikler bulunabilmektedir. Bu yüzden bireyin sosyal açıdan sağlıklı olması içinde yaşadığı toplumsal alanlara uygun olup olmaması durumuyla ilişkili olduğunu söylemek hata olmayacaktır. Toplulukların kendine has özelliklerinin olması sosyal sağlık kavramının evrensel olmadığını ve sürekli değişebileceğini göstermektedir (Larson 1991 akt. Somunoğlu, 1999: 57). Birey içinde yaşadığı toplumun normlarına ve amaçlarına uygun olarak toplumsallaşmayı başardığı zaman sosyal açıdan sağlıklı olduğunu göstermektedir. Toplumda doğru kabul edilmiş değerler ve yargılar insan bedenine, hastalığa ve sağlığa yönelik düşünceleri de değiştirmiştir. Örneğin zayıf bir beden bir toplumda sağlıklı ve güzel olmak gibi anlamlar ile ilişkilendirilirken, başka bir toplumda hastalık veya fakirlik ile ilişkilendirilmektedir (Newman, 2013). Sağlığın ve hastalığın toplumsal olarak ele alınması hasta olan bireyin sadece kişisel hayatını etkilemekle kalmaz çevresindeki bireylerde, hastanın olağan dışı görünümünden ve davranışlarından rahatsızlık duymasına da sebep olmaktadır (Parsons, 2001:101). Örneğin obezite bireyin sağlığını bütüncül bir şekilde etkilemektedir bu sebepten hastalığın inşa edilmesinde birçok yöntem yer almaktadır.

Bu tez çalışmasında bireylerin ideal beden inşasında sosyal medyanın nasıl bir etkisi

olduğu araştırılmıştır. Yapılan görüşmelerde bireylerin ideal beden için çabalamaları obezite ve kilo üzerinden gerçekleştiği görülmüştür. Yapılan görüşmelerde kilo problemi yaşamış bireyler olduğu gibi bir kilo problemi olmadığı halde kilo verme yöntemlerini tercih eden katılımcılar yer almaktadır. Bu durumun yaşanmasında medya ve sosyal medyanın yaratmış ve yaygınlaştırmış olduğu ideal beden algısı etkili olmaktadır. Verilerin deşifre edilmesi ile ilk olarak bireylerin kendilerini bedensel açıdan değerlendirmeleri ve ideal beden hakkındaki fikirleri yer almıştır. Ulaşılan sonuçlar ile ideal bedenin ve göze hoş görünmenin cinsiyet ayırmaksızın tüm bireyler için önemli olduğu görülmüştür. Kadın katılımcılar kilo yönünden ideal kadın bedenini betimlerken genelde "sıkı, şekilli ve ince" gibi tanımlar kullanmıştır. Verilen yanıtlarda sadece kilo yönünden ideal beden tanımlanmamıştır. Bazı kadın katılımcılar ideal bedeni aynı zamanda cilt güzelliği, doğal estetik müdahaleler yada bireyin saçının rengi ile ilişkilendiren cevaplara da yer vermişlerdir. Kadın katılımcılar kilo yönünden bedenlerinde en çok karın, göbek ve simit bölgelerinden şikayetçi olmuşlardır. Bunun yanı sıra bacak boyunun kısa olması ve boyun-gerdan bölgesinin kısa ve kalın olması da kadın katılımcılar tarafından bedende beğenilmeyen özellikler olmuştur. Erkek katılımcılar da ulaşılan veriler de ideal beden beklentileri şu özellikleri barındırmaktadır; "kaslı, uzun boylu ve yapılı" bir beden tasviri üzerinden açıklanmıştır. Erkek katılımcılar sakalı kiloları gizlemede bir araç olarak kullanıldığını, kilo sorunu ile karşılaşılmasa da sporu önemsediklerini açıklayarak fiziksel görüntüye önem verdiklerini ispatlamışlardır. Tüm katılımcıların verdikleri yanıtlar, her bireyin bir ideal beden imgelemi olduğunu göstermektedir. Katılımcılar düşüncelerinde yarattıkları ideal beden tasvirine ulaştıkça daha mutlu olacaklarını belirtmişlerdir. Bireyleri görüntüsel açıdan rahatsız eden şişmanlığın yaşanmasında beslenmenin büyük bir etkisi vardır. Bu doğrultuda katılımcılar görüşme esnasında beslenme alışkanlıklarına yönelik söylemlere yer vermişlerdir.

Katılımcılar kilolu oldukları dönemlerde yada şimdiki yaşamların da beslenme ile ilgili yaptıkları yanlışlara değinmişlerdir. Katılımcıların kilo almasında etkili olan besinler; aşırı şeker tüketme, hamurlu gıdalar, dondurulmuş hazır yemekler, fast-food tarzı beslenme, dışarıdan yemek tüketmek gibi birçok eylem bulunmaktadır, ayrıca katılımcılardan birisi asitli gıda bağımlılığı yaşadığını ifade ederek zararlı gıdaların bireylerde bağımlılık durumunun oluşturulabileceğini kanıtlamaktadır. Bireylerin lezzetli besin tüketmesi ve tüketmek istemesi onları mutlu ederken sonunda bir

pişmanlık durumu yaşatmaktadır. ‘’Severek yiyorum yada yiyordum’’ cümlelerini kuran katılımcıların kilo aldıran besinler ile bir duygusal bağ kurduğunu kanıtlamaktadır. Katılımcıların bir kısmı çevrelerinde bulunan yakın bireyler sayesinde sağlıksız beslendiğini ifade etmiştir. Yaşanılan bu durum sosyal çevrenin kilo vermede etkisi olduğunu gösterirken, aynı zamanda sosyal çevrenin bireyin kilo almasında da sebep olduğunu göstermektedir. Obezite ve şişmanlık ile karşılaşmamak için bireyler adeta sevdikleri besinler ile mücadeleye girmek zorunda kalmıştır. Beslenme tarzının değiştirilmesi ideal beden tasarımında önemli bir konudur. Toplumsal dönüşümlerin yaşanması ile geleneksel anne yemeklerinin yerini fast-food kültürü almıştır. Post modern dönemin hazza ve tüketime yönelmesi sonucunda popüler olan gıdaların yayılması hız kazanmıştır fakat bu gıdalardan vazgeçmek katılımcılar açısından zoraki olmuştur. Katılımcıların verdikleri yanıtlar ile hangi gıdaların zararlı olduğu belirtilmiştir. Bu gıdaları tüketmek için bireyin aç olması gerekmediği gibi, hobi olarak da tüketildiğine rastlanılmıştır. Örneğin arkadaşları ile sokak yemeği tüketmeyi seven katılımcının durumu. Dondurulmuş gıdaların tercih edilmesi ise hızlı ulaşılan gıdaların bireylere cazip gelmesi olmuştur. Verilen yanıtların deşifre edilmesi ile beslenme alışkanlığı ve tarzı obezitenin sebeplerinin başında gelmesi yapılan görüşmeler ile tekrar kanıtlanmıştır. Beslenmeye müdahale etmek bireyler tarafından zor bir konu olarak görülmekte iken, kimi zamanlarda da müdahale etmenin imkansız olduğu da belirtilmiştir. Katılımcıların kilo deneyimlerine bakıldığında bir diğer ulaşılan durum sağlık problemleri olmuştur. Obezitenin hastalık olarak kabul edilmesi ile devamında birçok sağlık problemi de kendisini göstermiştir. Bireyler kilo aldıkça çeşitli problem yaşamışlar bu problemlerin başında diyabet hastalığı gelirken devamında; "guatr, nefes darlığı, kalp çarpıntısı, yüksek tansiyon, uyku apnesi, astım, regl düzensizliği, hormonal sorunlar topuk dikeni ve psikolojik problemler" olmuştur. Biyolojik bir durum olan sağlık ve hastalık olgularına müdahale etmek aslında ideal beden yaratmada büyük bir öneme sahiptir.

Bireyler kilo aldıkça çeşitli problem yaşamışlar bu problemlerin başında diyabet hastalığı gelirken devamında; "guatr, nefes darlığı, kalp çarpıntısı, yüksek tansiyon, uyku apnesi, astım, regl düzensizliği, hormonal sorunlar topuk dikeni ve psikolojik problemler" olmuştur. Katılımcıların verdikleri yanıtlar ile obezitenin ve şişmanlığın çok ciddi bir sağlık problemi olduğunu ve yine çok büyük hastalıklarında getiricisi

olduğu görülmektedir. Fiziksel açıdan engeli bulunan bir katılımcı hareketsiz bir yaşam tarzının olması ile hem kilo aldığını hem de kısıtlı olan hareketinin kilo aldıktan sonra daha çok kısıtlandığını söylemiştir. Obezite ve fiziksel hareket birbirini karşılıklı olarak etkilemektedir. Çalışmanın içeriğinde de bahsedildiği gibi obezitenin görülmesinde en büyük nedenlerden biriside hareketsizliktir. Bu yüzden Türkiye'de şişmanlığı engellemek için; Sağlık Bakanlığı halkı bilinçlendirmek amaçlı "Hareket Et" isimli sloganı ortaya atarak bireylerin günde 10.000 adım atması için sürekli medya üzerinden mesajlar göndermiştir (Sağlık Bakanlığı, 2014). Ülkemizde bireylerin obezite riski ile karşılaşmaması için bakanlıklar çeşitli çalışmalar yapmaktadır. Bireylerin günlük yaşamında eylemleri ve davranışları sürekli toplumsallaşma da göze çarpmaktadır. Bu yüzden şişmanlık bireylerin gündelik hayatında bir estetik kaygıda oluşturmuştur. Bireyler kilolu oldukları dönemlerde toplumsal hayatlarında kilolarını daha geri planda bırakmak için aşırı bakım ve makyaj yaptıklarını ifade etmişlerdir. Kilo kaybından sonra ise bakımsız bir şekilde toplumsal hayattaki çekinmelerin yok olması, obezitenin psikososyal açıdan negatif bir etkisi olduğunu açığa çıkarmıştır. Dolayısıyla bireylerin kilolu oldukları dönemlerde ruhsal yönden zedelenmeleri ve özgüven kaybı yaşadıkları görülmüştür. Katılımcıların şikayet ettikleri bir diğer sağlık sorunu diyabet yani halk arasında bilenen ismi ile şeker hastalığı olmuştur. Hastalık obezitenin oluşmasın da etkili olan karbonhidrat, yağ ve protein besinlerinin vücutta etkili bir şekilde harcanmaması ile ortaya çıkmaktadır ve kronik aynı zamanda genetik bir hastalıktır (Üstündağ ve Dayapoğlu, 2021: 514-513). Diyabet hastalığı sağlıklı bir şekilde müdahale altına alınmadığı takdirde sadece hastayı değil toplumu da etkileyebilmektedir. Diyabet hastalığının kontrol altına alınması bireylerin kilo vermesini de sağlamıştır. Katılımcılarında verdikleri yanıtlar ile obezitenin insan yaşamını olumuz etkilediğine yönelik bir sonuç çıkmıştır. Sosyoloji alanında yapılan bu çalışma ideal beden üzerinden obezitenin ve kilonun toplumsal hayatta nasıl değerlendirildiğine yönelik bulguları ortaya çıkarmıştır.

Sosyal yaşam yada toplumsal hayat ilk olarak ailede başlamaktadır. Ulaşılan veriler ile aile bireyin hem kilo almasını sağlamıştır hem de tartışmaların yaşanmasına neden olmuştur. Türk aile yapısın da genel olarak ailenin ev içi yaşamında, annelerin önemli bir yeri bulunmaktadır. Anne rolündeki birey, evladının beslenmesin de önemli bir göreve sahip olduğunun farkındadır. Bu yüzden katılımcılar kilo

almalarında ailesel faktör olarak başta annelerini göstermişlerdir. Kilo problemi yaşadıkları için ebeveynleri ile tartışmalar yaşayan katılımcılar bir taraftan da annelerinin kilo almasında sebep olduklarını ifade etmişlerdir. Yaşanılan bu çelişkili durum katılımcıları kilo verme çabaların da bazen zor durumlar yaşatmıştır. Öyle ki katılımcıların anneleri hem diyet yapmalarına kızmakta hem de kilo vermelerini istemektedir. Genelde anneleri ile yaşantıları olan katılımcıların babaları daha sessiz kalmaktadır. Babası ile kiloları sebebiyle sorun yaşayan katılımcı babasının, kilodan şikayet edici konuşmalarından rahatsız olduğunu ve babasına göre kilo "aile düzenini bozabilecek bir olgu" olduğunu ifade etmiştir. Yalnız aile hayatında tek ebeveynler değil çocuklarda anne ve babaların kilo kaybetmesi için mücadele etmişlerdir. Obezitenin görülebilmesin de, ailenin sadece genetik bir etkisi olmadığı katılımcıların yanıtları ile ortaya çıkmıştır. İdeal bedenin yaratılmasında bireyin ailesi ile yaşantıları etkili olmaktayken bir taraftan da aile üyelerince istemsiz bir şekilde bu durum engellenmektedir. Birey aileden sonra toplumsallaşmasını akran ve arkadaş çevresi ile devam ettirmiştir.

Bireyler toplumda bedenlerinin nasıl gözüktüğünü ve nasıl değerlendirildiğini her zaman merak etmişlerdir. Bu yüzden yakın arkadaş seçimlerini kendilerini olduğu gibi kabul eden ve eleştirmeyen bireylerden seçmeye çabalamaktadırlar. Bireyler arkadaş çevresini yada grubunu oluştururken genelde kendi yaş gruplarından oluşturmaktadır. Bu yüzden arkadaşlık ilişkilerinde samimiyetler arttıkça bireylerin birbirlerine karşı kurdukları cümleler ve davranışlarda sınır tanımama durumu yaşanabilmektedir. Bedensel açıdan şişman olan bireyin arkadaş topluluklarında eleştiriye ve alaya maruz kalması yüksek bir olasılıktadır. Dolayısıyla sosyolojide sosyal çevre ve toplumsal hayat çalışmaların da akran ve arkadaş grubunu araştırmak önemlidir. Bu çalışmanın akran ve arkadaş grubu bulgularına bakıldığı zaman şişmanlık deneyimi geçirmiş yada şişmanlık yaşayan bireylerin sevdikleri arkadaş grupları ile bazı aktiviteleri yapmaktan çekinceler yaşadıkları görülmektedir. Bu aktiviteler genelde yemek yeme, alışveriş yapmak gibi eylemlerdir. Katılımcıların bu tür kaçışlarının olmasındaki sebep kilo problemleri olduğu verilen yanıtlarda görülmektedir. Katılımcılar bedensel görüntüleri hakkında arkadaş çevrelerinden öneri ve tavsiye almaktan hoşlanmadıklarını da belirtmişlerdir. Öneri ve tavsiye aldıkça arkadaş grupları ile zaman geçirmekten hoşlanmadıklarını belirten katılımcılar bedensel açıdan arkadaşlarından farklı olduklarını hissettikleri zaman

sosyal izolasyonu çözüm olarak görmüşlerdir. Arkadaş ve akran gruplarında obezite bireylerin isteklerini erteleyen yada arkaya atan bir engel olarak görülmüştür. Sosyal çevre başlığında katılımcıların değerlendirildiği bir diğer konu özel hayatları olmuştur.

Verilerde bireylerin karşı cins ile kurdukları ilişkilerde obezite nasıl bir çerçevede açıklanmıştır analizine ulaşılmıştır. Sadece ilişkisi olan katılımcılar değil, ilişkisi olmayan yada geçmişinde bir ilişki deneyimi geçirmiş bireylerde düşüncelerini belirtmişlerdir. İlişkisi olan ve evli olan kadın katılımcılar, genel anlamda kilo vermek istedikleri zaman eşlerinden destek gördüklerini ve partnerleri tarafından kilolarının sorun edilmediğini ifade ederken bedenlerini kilo yönünden değiştirme fikirlerinin tamamen kendi kontrollerinde gerçekleştiğini ifade etmeye çalışmışlardır. Erkek katılımcılar ise kadın katılımcıların söylemlerinde olduğu kadar yapıcı cevaplar vermemişlerdir. İlişkisi olmayan erkek katılımcılar net ve açık cümleler kurarak kadınlarda bedensel görüntüyü önemsediklerini açıklamışlardır. Evli erkek katılımcılardan birisi ise, eşi sağlıksız olmadığı sürece şişmanlığı problem etmeyeceğini, fakat eşinin kendisine kilo yönünden eleştirel yaklaştığını açıklamıştır. Genel olarak katılımcılar kendi görüntülerini önemsedikleri kadar duygusal bir ilişki kurdukları bireylerin de bedensel görüntüsünü önemsediklerini dile getirmişlerdir. Partnerlerinin yanında bedensel görüntüye kadın katılımcılar erkek katılımcılardan daha fazla değer verdikleri yönünde bir sonuç açığa çıkmıştır. Sosyal çevrede ulaşılan bulgularda son olarak kamusal hayat deneyimleri olmuştur

Bulguların kapsamında yer alan bir başka sonuç ise obez ve kilolu bireylerin ortak yaşam olarak bilinen kamusal hayatta, maruz kaldıkları engeller olmuştur. Kamusal hayat bireylerin çalışma ortamını ifade ettiği gibi, aynı zamanda tüm halka yada topluluğa ait olan alanlardır. Hemen, hemen tüm bireylerin ulaşımda kullandığı toplu taşıma araçları kamusal yaşam alanlarından birisidir. Toplu taşıma araçlarında ki stabil koltuk ölçütleri, koltuklar arasındaki mesafeler ve yüksek basamak engelleri katılımcıları rahatsız etmektedir. Bu engellerin yaşanmasında devlet yada üretici firmaların ihmalkarlığı etkili olurken, bir taraftan da toplumdaki bireylerden rahatsız edici bakışları da bireylerin yaşamında engel olmuştur. Bireylerin toplu taşımada karşılaştıkları eleştiri, acıma ve beğenememe içeren bakışları obez bireylerin toplumda yaşadığı sözsüz damgalama ve dışlanma örneğidir. Toplu taşımadan farklı

olarak eğlence ve oyun merkezlerinde de problemler yaşanmıştır. Bu alanlarda yetişkin bireylerinde faydalanabileceği oyuncaklara yapılan koltukların dar olması problemlerin aynı yönde ilerleyişini göstermektedir. Sokak ve cadde yaşantıları da kamusal yaşam çerçevesinde ele alınmaktadır. Katılımcılar bu alanlardaki deneyimlerini kendilerini hiç tanımayan bireyler üzerinden açıklamıştır. Tanımadıkları bireyler tarafından aldıkları tepkiler ve bakışlar ile hem rahatsız olmuşlar, hem de rahatsızlıklar verdiklerini düşünmekten uzaklaşamamışlardır. Hiç tanımadıkları bireylerin davranışları ile tercihlerini değiştirip giymek istedikleri kıyafetleri giymekten çekindikleri zamanlar olmuştur. Bakışlara maruz kalan bireyler artık çözümü tekrar sosyal izolasyonda bulduklarını açıklamışlardır. Bakışların ve tepkilerin yaşanmasında sebep, toplum tarafından oluşturulmuş ön yargılar olarak düşünülmektedir. Bulguların deşifre edilmesi ile sosyal çevre yaşantısında obezite bireyin yaşamına çeşitli engeller getirebilmektedir. Bu engellerin, dışlanmaların yaşanması bireyi beden ve kilo yönünden değiştirmeye yönlendirmiştir. Yapılan görüşmelerde son olarak katılımcıların sosyal medya kullanımına dair bulgulara ulaşılmıştır.

Bu çalışmanın ana kavramlarından birisi olan, sosyal medya kullanımının katılımcıların söylemleri üzerinden analiz etmek çalışmanın amacı açısından önemli olmuştur. Görüşmenin yapılması sırasında her katılımcının mutlaka sosyal medya uygulamalarından en az bir tanesini kullanma şartı aranmıştır. Her birey sosyal medya kullanımı sırasında çeşitli aktiviteler gerçekleştirmektedir; fotoğraf paylaşmak, takipleşmek, yorumlaşmak, alışveriş yapmak, bilgi edinmek, vs. Gündelik hayat pratiklerinin kitle iletişim ortamlarına taşınması uygulamaların tercih edilmesini giderek arttırmaya başlamıştır. Katılımcıların kullandıkları sosyal medya uygulamalarına bakıldığı zaman 18 katılımcının ortak olarak kullandığı uygulama Instagram olduğuna yönelik bir sonuç çıkmıştır. Instagram uygulamasının tercih edilmesi uygulamada keşfet bölümünde her bireyin ilgi alanına göre paylaşımların olmasının etkili olduğu düşünülmektedir. Günümüzde sosyal medya uygulamalarında vakit geçirmenin sebeplerinden birisi de boş zaman aktivitesi olarak görülmesidir. Sosyal medya kullanımı sırasında bireyler çeşitli sayfalar, ınfluencerler, YouTuberlar veya fenomenleri de takip etmektedir.

Bireyler sosyal medya araçları üzerinden ailelerini tanıdıklarını veya arkadaşlarını

takip ederken aynı zamanda ilgi alanları üzerinden paylaşımlar yapan bireyleri yani ınfluencerlar veya fenomenleri de yakından takip etmektedirler. Sosyal medya da öne çıkmış kişilerin ve ünlülerin kusursuz bir beden üzerinden görseller paylaşması katılımcıların kendi bedenlerine karşı eleştirel yaklaşmasına neden olmuştur. Post modern dönemde bireylerin bedenlerine yaptıkları müdahaleler güzellik algılarına uyduğu zaman bir kişisel gelişim adımı olarak değerlendirilmiştir. Sosyal medya alanlarında başarılı bir kilo verme serüveni olan bireylerin motivasyon içerikli paylaşımları ile kısa sürede ınfluencer oldukları görülmektedir. Çalışmaya katılan bireylerin, bu tür paylaşımlar yapan kullanıcıları, antrenörleri, spor hocalarını ve beslenme danışmanlarını yakından takip ettiklerine rastlanılmıştır. Bu durum sosyal medyada bireylerin kilo vermesi için kolaylıklar sunmasının dayanaklarından birisidir. Gerçek hayatta asıl mesleklerini yapan bireylerin sosyal medya ortamlarında da ınfluencerlık yaptığı görülmektedir. Katılımcılar içerisinde bu durumu yaşayan bireylerde bulunmaktadır. Katılımcıların sosyal medya da tanınmış ve öne çıkmış bireyleri takip etmelerindeki amaç onların kusursuz bedenleri için kullandıkları ürünleri keşif etmek aynı zamanda öneri ve tavsiyelerine göre bedensel imajlarına yön vermek istemelerine dayanmaktadır. Sosyal medya alanlarında tanınmış bireylerin büyük kitleler tarafından takip edilmesi markaların bireylere sponsor olmasını sağlamıştır. Böylece markaların tercih edilmesi olasılığı da artmıştır. Tanınmış kişilerin önerdikleri ürünlere yönelmek tüketimin gerçekleşmesinde büyük bir adım olmuştur. Tüketimin gerçekleşmesi için sosyal medya yaşam kalitesi adı altında bireyleri etkilemektedir.

Post modern dönemin en büyük özelliği tüketim kültürünün yaşanmasıdır. Tüketim kültürünün obezite çözüm yollarında ki etkisi beden inşası ile paraleldir. Beden üzerinden yaratılmış güzellik algıları, moda, estetik, imaj, kozmetik ve beslenme sektörü çeşitli pazarlama stratejileri üreterek bireyleri her şeyin kolay bir şekilde olabileceğine inandırmaktadır. Genel anlamda beden için tüketimde kadın bedenleri tercih edilmektedir. Sosyal medya üzerinden sektörler gerekli mesajları kullanıcılara hem hızlı hem de kolay bir şekilde ulaştırmaktadır. Doktorların, beslenme danışmanlarının, yaşam koçlarının yada antrenörlerin de sosyal medyanın hızlı ve yayılmacı özelliğinden faydalanması tüketim kültürünün benimsendiğini göstermektedir. Sosyal medya da ürün tanıtımları, çeşitli reklamlar yada linkler üzerinden kilo vermenin kolay yolları bireyler ile paylaşılmaktadır. Yapılan bu

paylaşımlar bireylerde talep etme duygusunu meydana getirmektedir. Medyayı yakından takip edenler ve sosyal medyayı aktif kullanan bireyler, bu alanlarda gösterilen ince ve sıkı bedenlere ulaşmayı bir hedef olarak belirlemiştir. İdealize edilen edilmiş zayıf ve ince beden için çeşitli reklamlar oluşturmak pazarlamada önemli bir adım olmuştur. Bireylerin sosyal medya ortamlarında idealize edilen bedene ve kiloya ulaşma motivasyonu alışverişlerin gerçekleşmesinde yüksek bir etkiye sahiptir. Çünkü görüşme sırasında katılımcılar aldıkları yada almayı planladıkları ürünler sayesinde kolay bir şekilde kilo vereceklerine inandıklarını ifade etmişlerdir. Tüketimin gerçekleştirildiği toplumlarda bir ürün satın alırken bireyler, çevrelerinde bulunan bireylerin yorumlarından ve değerlendirmelerinden de etkilenmektedir. Postmodern dönem de tüketimin artması ile bireylerin istekleri acil yerine getirilmesi gereken bir ihtiyaç olarak algılanmıştır. Bu durum hazların merkeze alındığının göstergesidir. Dolayısıyla sosyal medya üzerinden insanlar herhangi bir zahmete girişmeden az bir çaba ile yüksek bir doyuma ulaşabilmektedir. Haz merkezli tüketim görüşüne sahip toplumlarda harcamalar ihtiyaçlar için değil, yaşamdan doyum ve zevk almak için gerçekleşmektedir (Babacan, 2001: 98). Katılımcıların sosyal medya üzerinden tüketim tercihlerine bakıldığı zaman diyetsiz ve sporsuz bir şekilde kilo vermek için ürün tercihleri yapıldığı gibi kısa zamanda kas oluşumuna yardım edebilecek gıda takviyelerinin tercih edildiği yönünde bir sonuç çıkmıştır. İstenilen görüntüye kısa vadede ulaşmak için katılımcıların sosyal medyadan faydalanmaya çalışıldığına ulaşılmıştır. Bireylerin kilo vermek için bir çabaya geçmesinde yani obezite çözüm yollarına başvurmasında sosyal medya ortamlarındaki idealize edilmiş beden tasvirleri hakkında katılımcıların söylemleri olmuştur. Sosyal medya mecralarında sürekli ince bedenlerin kusursuz olarak gösterilmesi ve kullanıcıların o tür fotoğraflar ile sürekli karşılaşması ile bireylerde olumsuz beden algısını oluşmuştur (Brown ve Tiggemann, 2006: 37). Yaşadığımız bu çağda kadın bedeninde ince ve sıkı bir görüntü, erkeler içinse kaslı bir görüntü ideal bedenin simgesi olmuştur. Sosyal medya alanlarında yaratılmış bedenler katılımcıları bedenlerine karşı eleştirel yaklaştırmıştır. Katılımcılar kilolu oldukları dönemlerde fotoğraf paylaşmadan önce üzerinde belirli oynamalar ile boylarını uzatıp bedenlerini de incelttiklerini söylemişlerdir. Bunun yanı sıra kilo vermeden önce gönderi paylaşmak yerine bir gün sonra kaybolması ve efektlerin güzellik algılarına göre bir görüntü yarattığı gerekçesiyle hikayeler paylaşmayı uygun

bulmuşlardır bunun yanı sıra kilolu oldukları zaman boydan fotoğraf atmaktan çekindiklerini de ifade etmişlerdir. Kadın katılımcılar sosyal medyadaki beğenilen hemcinslerinin giydikleri kıyafetleri kiloları sebebi ile giyemediklerini belirtirken o kıyafetleri giymeleri için beden inşa etmenin gerekli olduğunu düşünmüşlerdir. Yani obezite, imajın ve modanın takip edilmesinde bir engel olarak görülmektedir. Sosyal medyada sunulan fit bir beden, uzun boy, ince ve kıvrımlı beden hatları ve ufak estetik müdahaleler kadınlar için olması gereken görüntü olmuştur. Kilolar, selülitler, yüzdeki kırışıklıklar yada vücutta oluşmuş çatlaklar biyolojik değişimleri ifade ettiği halde ideal beden sunumlarının yaygınlaşması ile bir bedensel kusur olarak algılanmaya başlanmıştır. Sosyal medyada yer alan beden gösterimleri bireyleri bir uğraşa sürüklemektedir. Görsel odaklı paylaşımlar bazen bireylere aslında hiç olmayacak bedensel görüntülerin sanki kolay bir şekilde olacağının mesajını iletirken bireylerde hayal kırıklığının oluşmasına da sebep olabilmektedir. Katılımcılar sosyal medyada gösterilen ideal bedenleri gördükten sonra kendi bedenleri açısından kıyaslamakta ve olumsuz beden algılarını oluşturmuşlardır. Medyada, sosyal medyada, reklamlarda, afişlerde yada filmlerde gösterilen ideal beden imgeleminde ince bir görüntü yer almaktadır. Bireyler sosyal medyada gösterilen bedenlere göre bedenlerine müdahale etmekte ve inşa etmektedirler. Kadın bedenini hedef alan sektörlerin sosyal medya sayesinde erkek bedenleri de hedef aldığı görülmektedir. Erkek bedenlere yönelik söylemler her geçen gün artmaktadır. Bu yüzden kadın bedenlere yapılan müdahaleler erkek bedenler tarafından da tercih edilmektedir. Fakat bu durum toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yok etmekte yetersiz kaldığı düşünülmektedir. Obeziteyi yok etmeye çalışan bireyler sosyal medya üzerinden öğrendikleri ile toplumsal normlara uymaya çalışmışlardır. Kilo verdikçe bireyler toplumda daha çok kabul göreceğini ve sosyalleşmelerinin önündeki engellerin yok olacağını düşüncesinden uzaklaşamamışlardır. Aksi takdirde bireyler kilolu oldukları zaman toplumsal dışlanmışlıklardan ve eşitsizliklerden kaçamayacaklarını düşünmektedir.

Bu tez çalışması post modern dönemde ideal beden inşasında sosyal medyanın nasıl bir etkisi olduğunu araştırmak üzere yapılmıştır. Literatürlerden elde edilen bilgiler ışığında görüşmeler yapılmış ve bulgular analiz edilmiştir. Araştırmanın sonunda ideal ben inşasında kilo verme ve bedeni biçimlendirme eylemlerine yönelmede; bireylerin yaşamları, sosyal çevreleri ve sosyal medyayı kullanmaları, kullanım

biçimleri ve kararlarını nasıl şekillendirdiği açığa çıkmıştır. Çalışmada da görüldüğü gibi ideal beden ve kiloya yönelik algıların oluşmasında sosyal medya uygulamalarının önemli bir yeri olmuştur. Bireyler içinde yer aldığı toplumun kültürüne ve algılarına göre bedenini inşa ettiği gibi, teknolojinin getirdiği imkanlardan da faydalanabilmektedir. Sosyal medya bireyin sosyal kimliğine pozitif değerler katmasında yardımcı olmuştur. Post modern dönemde sosyal medya sayesinde birey istediği biçimde bedenine ve kimliğine yön vermeye başlamıştır. Post modern dönemin getirmiş olduğu tüketim merkezli toplumlarda sektörleşmek kaçınılmaz olmuştur. Böylece bireyler ideal beden algılarına göre şişmanlıktan kurtulmaya çalışmıştır. Bireylerin kilo verme isteği sağlıklı olmanın da ötesinde, özgüvene ulaşmak, kusursuz olmak, genç ve güzel olmak, canlı olmak, bedensel açıdan iyi olmak, sosyal olmak, özgür olmak, vb. gibi birçok psikososyal faydanın getireceğine olan inançları etkili olmuştur. Bu durumların dışında ideal beden ölçülerinde olmak ya da ince bir bedene sahip olmak tüketim kültürünün bireyler üzerinde bir baskı oluşturduğunu göstermektedir. Tüketim kültürü teknolojinin getirdiği yeniliklerden faydalanmayı seçmiş ve zayıf beden üzerinden toplumda başarılılığı, gençliği, güzelliği ve mutluluğu simgelemiştir. Obez bedenlerden ise bireyin dışlanabileceğini, başarısızlığını yada iradesiz olma durumlarını simgelemiştir. Toplum ve sosyal medya tarafından oluşturulan bu algılar farklı alanlarda yapılan akademik çalışmalarda yer alması gerektiği düşünülmektedir. Yapılan çalışma ve literatürlerden elde edilen bilgiler ile ideal beden inşasında bireyin kilo durumuna müdahale etmesi saptanmıştır. Birey bedenini kişisel isteklerine göre düzenlediği gibi aynı zamanda sosyal çevrenin tutumu ve toplumsal yaşamın imkanları daha ağır basmaktadır. Toplumun kabul ettiği biçimde bedenini dizayn etme, bireyin dışlanmaktan ve yargılanmaktan kaçınma isteğinden gelmektedir. Fiziksel açıdan aktif olmayı birey bedensel görüntüsü için değil sağlıklı olmak, mutlu olmak ve sosyalleşebilmek amaçlı yaptığını bilmelidir. Ebeveynlerin ve eğitimcilerin bireylere küçük yaşlardan itibaren öğretmesi gereken bir başka konu ise, farklılıklara karşı saygılı olmayı öğretmektir. Kilo vermek isteyen bireylerin destek olarak sağlık alanından faydalandığı gibi sosyal alanlardan da destek almayı öğrenmesi gerekmektedir. Bireylere küçük yaşlardan itibaren olumlu benlik ve olumlu beden algısını geliştirebilecek eğitimler ve seminerler psikologlar, sosyologlar ve pedagoglar tarafından verilmelidir. Kamusal alanlarda her ne kadar

yetersiz olsa da fiziksel engelli ve yaşlı bireyler için yapılan yaşam kolaylaştırıcı projeler obez ve kilo problemi yaşayan bireyler içinde yapılmalıdır. Bulgularda da rastlanıldığı gibi toplu taşımalarda ve eğlence alanlarında bulunan koltuk ölçülerinin her bireyin faydalanabileceği ölçülerde olması dikkate alınmalıdır. Sosyal medya paylaşımlarında ideal beden algısı oluşturabilecek davranışların kısıtlanması gerekirken, bir taraftan da normalleştirmek adına obeziteyi arttırabilecek içeriklerinde kısıtlanması gerekmektedir. Bu iki çelişkili durumun arasında bir denge sağlayabilecek düzeyde paylaşımlar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

Akgündüz, G., Ö. (2013). Foucault'da İktidar ve Beden İlişkisi. *Akademik Bakış Dergisi*, 38, 1-16.

Akkaş, C., Bakırtaş, H. ve Çiftçi,S. (2020). Narsistagram: Instagram Kullanımında Narsizim, Selçuk İltetişim 13 (1) 130-157.

Alikılıç, Ö. G. D. Ö. , Onat, . Ö. G. D. F. (2007). Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Bloglar, *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 2 (8), 899-927.

Alişarlı, Ö., Eken, İ. (2018). Yeni Medyada Ürün Yerleştirme: Youtube'da Paylaşım Yapan Fenomenler Üzerinden Kampanya Süreci, Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı Eğlence ve Ürün Yerleştirme 157-161.

Alp, K.,Ö (2015). Post modern Resimde Zaman-Mekan Temsili, *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi,* 317-333.

Alpcan, A., Durmaz, A. (2015). Çağımızın Dev Sorunu: Çocukluk Çağı Obezitesi. *Turkish Journal of Clinicsand Laboratory,* 6(1), 30-38.

Altun, A. (2005), *Eğitimde İnternet Uygulamaları*, Ankara: Anı Yayıncılık, 66

Altun, S. (2015). *Üniversite Öğrencilerinin Obeziteye İlişkin Önyargılarının Belirlenmesi.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Başkent Üniversitesi.

Araújo, C. S., Corrêa, L. P. D., Da Silva, A. P. C., Prates, R. O., & Meira, W. (2014, October). It is not just a picture: revealing some user practices in instagram.

Arklan, Ü ve Tuzcu, N (2019). Dijital Çağın Bir Pazarlama ve Marka İletişim Aracı Olarak Etkileyiciler: Kanaatler, Kriterler ve Takip Nedenleri Üzerine Bir Araştırma, *Selçuk İletişim,* 12 (2), 969-1011.

Aronson, E. Wilson, T. D. ve Akert, R. M. (2012). *Sosyal Psikoloj*i. (Çev., Gündüz, O.) İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Arpacı, M. (2016). Foucault, Biyopolitika ve Biyotarih: Tarihsel Çalışma Alanları Olarak Tıp, Beden ve Nüfus. *Vira Verita E-Dergi,* 3, (80-97).

Aslan, B. ve Köseler, B.,E. (2022) Bireylerin Duygusal Açlık Durumlarının, Umutsuzluk Düzeylerinin ve Besin Tüketimlerinin Değerlendirilmesi, *İzmir*

Kâtip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi 2022; 7(2): 231-237

Atalay,Z. Ve Tamkoç, B. (2022).Tiktok Kullanan Gençlerin Kendilik Algılarının İncelenmesi. Sosyal Sağlık Dergisi,2 (2),17-35

Avcılar, M.Y., Demirgüneş, B.K. ve Açar, M.F. (2017). Instagram Reklamlarında Ürün Destekçisi Olarak Sosyal Medya Fenomeni Kullanımının Reklama Yönelik Tutum ve E-Wom Niyetine Etkilerinin İncelenmesi, *Pazarlama Ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi,* 11(21), 1-27.

Ayaz,Ç. (2018) Tüketim Kültüründe İdeal Beden Anlayışı: İnce Hastalık! MinLillaSyster Filmi Örneği, *Medya ve Beden* içinde (edt. Huriye Kuruoğlu,

Aydınalp G., I., (2013) *Halkla ilişkiler Ekseninde Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, İstanbul. Nobel Yayınları.

Aydoğan, F, (2005). *Medya ve Tüketim Kültürü Üzerine Eleştirel Bir Analiz,* İstanbul: Türkmen Kitapevi.

Aytekin, Ç. (2011). Wiki Uygulamalarına İletişimsel Yaklaşım İle Bir Model Önerisi, *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology Fall/Güz* 2011;2(5), 8-17.

Baldil, O. (2017). *Post modern Estetik Anlayışlar* İstanbul: Papatya Bilim.

Baltacı, D., Ünalacak, M., Kara, İ.H., ve Sarıgüzel, Y.C.(2015). Birinci Basamakta Obezite Tedavisi, *Turkiye Klinikleri J FamMed-Special Topics* 2015;6 (3).

Barış, G. (2014). Bir Proje Olarak Beden, *The Brand Age*, s. 30-33

Barutçu,A. (2020). Judith Butler Felsefesinde Kimlik Siyasetinin Reddi: Özne ve Cinsiyet Tartışmaları Üzerinden Bir Okuma, *DEÜ Edebiyat Fakültesi Dergisi,*7(2), 431-449.

Bat, M., Vural, Z. B. A. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*,5(20),3348-3382.

Baudrillard, J. (2017). *Tüketim Toplumu* (Çev. F. Keskin), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z. (1996). *Yasa Koyucular ile Yorumcular.* (çev. K. Atakay), Istanbul: Metis Yayınları.

Bauman, Z. (2013). Postmodernizm ve Hoşnutsuzlukları. (2. Baskı), (çev. İ. Türkmen,) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z.(2016). *Özgürlük.* (çev. K. Eren), Ankara: Ayrıntı Yayınları

Bauman, Z. (2018), *Benlik Pratikleri,* (çev. M. Ekinci), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Berg, B. L. ve Lune, H. *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri.* Çev.: H.Aydın, Konya, Eğitim Yayınları, 2015.

Berger, P. L., Luckmann, T. (2008). *Gerçekliğin Sosyal İnşası* (Çev. V.S Öğütle) İstanbul: Paradigma Yayınları.

Beyazyüz, M., Göka E. (2011). Psikoloji ve Tıp Açısından Beden. (K. Canatan,edt.) içinde *Beden Sosyolojisi,* İstanbul: Açılım Kitap.

Bilican V., G. Sosyal Teoriler ve Kadın Üzerine *International Journal of Social Science.* (38), 337-350.

Bingöl, O. (2014). Toplumsal Cinsiyet Olgusu ve Türkiye'de Kadınlık . *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* , 2014 (3) , 108-114.

Birdee, Gurjeet S., Legedza, Anna T., Saper, Robert B., Bertısch, Suzanne M., Eıs-enberg, David M., ve Phılllps, Russell S., (2008), Characteristics of Yoga Users: *Results of A National Survey, Journal of General InternalMedicine*, XXIII, 10: 1653–1658.

Birol, M. ve Güdekli, A. (2017). Moda ve İletişim: Erkeklik Modası Bağlamında Pinterest Uygulaması Üzerinden Göstergebilimsel Bir Analiz .Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21 (4), 1615-1639.

Bolsoy, N. ve Sevil, Ü.(2006),Sağlık -Hastalık Ve Kültür Etkileşimi , *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 9 (3) 2006.

Bor S, Turan İ, Özütemiz Ö (2007). Morbid Obezite Tedavisinde İntragastrik Balon Uygulaması sırasında Meydana Gelen Balon Rüptürü Vakası. *Akademik Gastroenteroloji Dergisi,* 6(2), 94 - 96.

Boyd, D. Golder,S. ve Lotan,G., (2010). Tweet, Tweet, Retweet: ConversationalAspects of Retweeting on Twitter, 43rd Hawaii İnternational Conference on IEEE. SystemSciences, 2010. 1-10

Bulunmaz, B. (2011). ”Otomotiv Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımı Ve Fıat Örneği”, *Küresel Medya Dergisi,* 2(3), 19-50

Burry, M. (1997), *HealthandIllness in a ChangingSociety,*London:Routledge.

Butler, J., (2012). Cinsiyet Belası, Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi, (çev. B. Ertür), Metis Yayınları, İstanbul.

Canatan, K. (2016). *Beden Sosyolojisi,* İstanbul: Açılım Kitap.

Cargıll, M., (1994). *Acupunture: A Viable Medical Alternative* London: Prager.

Cirhinlioğlu Z. ve Mutlu S. (2002). “Postmodern Söylemlerde Sağlık” *Toplum ve Hekim,17(5),* 350-357.

Cirhinlioğlu, Z. (2019). *Sağlık sosyolojisi.* Ankara: Nobel Akademik.

Connell, R.W. (1998). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar:* Toplum, Kişi ve Cinsel Politika, (çev. C. Soydemir), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Coşgun, M. (2012). Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu, Batman Üniversitesi, *Yaşam Bilimleri Dergisi*,1(1), (837-850).

Çabuklu, Y.(2004). *Toplumsalın Sınırında Beden* , İstanbul: Kanat Kitap-Pusula Yayınları.

Çağan, K. (2007). Değişim Ve Postmodernlik: Zaman ve Mekan Bağlamında İletişim Araçları ve Anlamları. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (17), 135-146.

Çakır N. (2004). Gebelik ve Tiroid Hastalıkları. Türkiye Klinikleri J Endocrin 2(1), 65-72.

Çalışır, G. Okur, Ç., F.(2015). Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Sosyal Medyada Kurulan Benlik İnşasının Temsili. *Journal of Turkish Studies,* 10(10), 267-290.

Çil, H. (2017). Toplumsal Dünyanın Bedensel Temelleri: Durkheim, Simmel ve Weber Sosyolojisinde Bedenin Yeri, *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi,* 37, (449-464).

Çubukçuoğlu, H. F. (2016). Kaynak Mobilizasyonu Kuramında Sosyal Medya ile Kolektif Kimliğin Oluşturulması: Teröre Hayır Kardeşliğe Evet Hareketi. *Yeni Medya*, (1), 25-39.

Dağıtmaç, M. (2015). Sosyal Medya Tercihlerinde Kullanıcıyı Etkileyen Faktörler. (Yayımlanmamış Doktora Tezi) Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Davıs, K., (2009).“Revisiting Feminist Debates on Cosmetic Surgery: Some Reflections on Suffering, Agency, and Embodied Difference”, Cosmetic Surgery: A Feminist Primer (içinde) HEYES C.J. & JONES, M. (der) İngiltere: Ashgate Publishing Ltd.

Demez,G. (2009). Sınıfsal Ve Bireysel Kimlik Oluşumunda Beden Sorunu: Habitus. *Toplum Bilim Beden Sosyolojisi Özel Sayısı,* 24, (17-25).

Demez, G. (2012). "Medyada Yeni Sağlık Anlayışları ve Kadın Bedeninin Temsili", *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi,* (9,1), (512-532).

Doğan, T. (2010). “Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeğinin (Sgkö) Türkçe Uyarlaması: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması”, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* 39, (151-159).

Dumas, A., Lapointe, A., ve Desroches, S. (2018). Users, Uses, andEffects of Social Media in DieteticPractice: Scoping Review of the Quantitative and Qualitative Evidence. *Journal Of Medıcal Internet Research*, 2,(2), 20.

Durkheim, E. (2005). TheDualism Of Human Nature AndİtsSocial Conditions, Durkheim Studies, Durkheim Press, 35/ 45.

Dülger, S. U., Yıldız, T., Dikiş, Ö. Ş., ve Kaya, H.(2018). Obstrüktif Uyku Apnesi, Obezite, Yaş ve Cinsiyet İlişkisi: Retrospektif Bir Çalışma *Relation Among Obstructive Sleep Apnea, Obesity, Age andGender: A Retrospective Study* (98-102).

Düzgün, A., Çakırer ve Özservet, Y. (2013). Obezite Engelliliği ve Obezlerin Kentte Mekansal Hareketlilik Durumları. *I. Ulusal "Engellileştirilenler" Sempozyumu, 7-8*

Elciyar, K.(2018)., Sosyal Medya ve Kadının Bedensel Bedensel Tatmini, (edt. Huriye Kuruoğlu, Kadriye Töre Özsel) *Medya ve Beden,* içinde (300), (edt. Huriye Kuruoğlu, İstanbul: Detay Yayıncılık.

Elçik, G., Özenç, T. (2010). *Bedende Kıpırdanmalar* İstanbul: Varlık Yayınları.

Erdem, S. (2020). Yapısal Sembolik Etkileşimcilik Ve Kimlik Teorisi, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi,*12 (1),50-65.

Ergenekon, B. *Estetik Cerrahiye Başvurmanın Kültüre Bağlı Nedenleri Kendi İstekleriyle Ameliyat Olan Bireyler Üzerine Sosyal Antropolojik İnceleme,* Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antropoloji Ana Bilim Dalı, Ankara: 2006.

Evans JD, Scott MH. IntragastricBalloon in theTreatment of PatientsWith Morbid Obesity. Br J Surg. 2001; 88: 1245-8.

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. Human relations, 7(2), 117-140.

Foucault,M. (2000). *Hapishanenin Doğuşu* (çev.M.A Kılıçbay) Ankara:İmge Kitabevi.

Foucault,M. (2007). *İktidar Ve Bilgi, İktidarın Gözü* (çev. I. Ergüden). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Foucault, M. (2012). *Cinselliğin Tarihi,* (çev. H.U Tanrıöver), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Gafuroğulları, Deniz.(2015). ''Sosyalleşme Olgusu ve Tüketim Toplumunda Pinterest Kullanımı'' Der. D. Yengin, *Sosyal Medya Araştırmaları,*Paloma Yayınevi İstanbul, (149-184).

Giddens, A.(2010) Sosyoloji, (Çev İsmail Yılmaz), Kırmızı Yayınları, İstanbul

Gill, R., Henwood, K. ve McLean, C. (2005). Body ProjectsandTheRegulation of Normative Masculinity, *Body &Society, 11*(1), 37 – 62.

Goffman E (2004) Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu, (B. Cezar. çev.) Metis Yayınları, İstanbul.

Göbekçin, T. (2015). *Sosyoloji Kitabı,* Alfa Yayınları, İstanbul.

Göker, G. (2017), Dijital Hetoropyalar: "Başka" Bir Bağlamda Yeni Medya" *Selçuk İletişim,* 2017, 9 (4): 164-188

Grosz, E. (1994), *Volatile Bodies: Towards a Corporeal Feminism,* Blomingtonanad Indianapolis:Indıana Unıversity Press.

Gümüş, E. A. (2000). "Üniversite Öğrencilerinin Yalnızlık Ve Beden İmgelerinden Doyum Düzeylerinin Sosyal Kaygı Düzeyleri İle İlişkisini İncelenmesi", *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi,* 33(1), 99-108.

Güneş D., C. (2015). Ruh Bedeninin Hapishanesidir: Michel Foucault. *EKEV Akademi Dergisi*,64, (59-72).

Gürel, A.N, Hisar, F. (2018). Adölesanlarda Şekerli İçecek Tüketiminin Obezite İle İlişkisi. Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi.2018;177-191.

Güven, G. S., ve Gürlek, A. (2004). Metabolik Sendrom ve İnsülin Direnci. *Acta Medica*, *35*(2), 96-99.

Harlak, H. (2016). Geleneksel, Tamamlayıcı Ve Alternatif Tıp, *Sağlık Sosyolojisinde Güncel Tartışmalar* (Edt. Nurşen Adak), içinde (173-206).

Işık, E. (1998). *Beden ve Toplum Kuramı: Öznenin Sosyolojisinden Bedenin Sosyolojisine,* İstanbul: Bağlam Yayınları.

Işık, U., ve Topbaş, H. Facebook ve Bağımlılık: Medya Bağımlılığı Araştırması.

İnceoğlu, Y. ve Kar, A. (2016). *Kadın Ve Bedeni*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Jameson, F.(2015). Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı (çev. D. Erksan) *Postmodernizm* içinde İstanbul : Kıyı Yayınları.

Jang, Y.T., Chang, S. E., ve Chen, P.A. (2015). ExploringSocial Networking Sites for Facilitating Multi-Channel Retailing. *Multimed Tools Appl*, 74, 159-178.

Kabakçı, D. ve Köker, N. E. (2017). Kurumsal İletişim Sürecindeki Rolü Açısından Online Şikâyetlerin Önemi .Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi , (27) , 46-77

Kaçmaz, N., Ersu, A., Gök Balcı, U. ve Öngel, K. (2014). Sağlıklı Yaşam ve Obezite Cerrahisi: Olgu sunumu. *Smyrna Tıp Dergisi*, 4(1), 38-40.

Kademligil, A., ve Genç, V., (2021) *Obezite Cerrahisi ve Sonrası, Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Genel Cerrahi Anabilim Dalı* (1-20).

Kaderli, Z. (2020*). Kültürel Ve Bilimsel Söylemin İnşa Mekanizmaları Bağlamında Beden,* Ankara : Nobel Yayıncılık

Kalan, Ö. (2014). Foucault'un Biyopolitika Kavramı Bağlamında Moda Ve Beden : Vogue Dergisi Üzerinden Bir Söylem Analizi. *Selçuk İletişim Dergisi,* 8(3), 140-162.

Kanlıoğlu, A. (2012). *Tüketim Kültürünün Arzu Nesnesi Olarak Bedenin Metalaştırılmasında Fotoğrafın Rolü,* Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.

Kara, T. (2016). "Gençler Neden Snapchat Kullanıyor Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Üzerinden Bir Araştırma". *Intermedia International e-Journal,* 3(5): 262-277.

Kaya, A. (2019). *Obez Kadınlarda Cinsel İşlev İle Kilo Açısından Kendini Damgalama Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.* Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kaya, İ. (2013). Klasik Sosyolojide Beden Problemi Ve Birer Bedensel Deneyim Olarak Sağlık-Hastalık Çözümlemeleri, *G.O.Ü İlahiyat Fakültesi Dergisi,* 1, (117-131).

Kılıç, M. (2011). Kronik Hastalıkların Önlenmesinde Davranışsal Risk Faktörlerinin Önemi. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, *10*(6), 733-740.

Kılıç, M. ve Karakuş, Ö. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Görünüş Kaygıları İle Benlik Saygıları ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", *Journal Of Human Sciences,* 13(3), 3837-3852.

Kılınç, N. (2019). *Sosyal Medyada Model İşbirliğinin Tüketim Toplumu Üzerindeki Ektilerinin İdeolojiler Açısından Analizi*, (Yüksek Lisans Tezi), Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Kızılçelik, S. (2003). Küreselleşme Beden ve Şizofreni. *Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi,* 25(4), 89–94.

Koytak, E. (2012). Tahakküme Hükmetmek: Bourdieu Sosyolojisinde Toplum Ve Bilim İlişkisi. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi,* 3(25), 85-101.

Köker L. (1998). *Iki Farklı Siyaset*. Ankara: Vadi Yayınları.

Kuss, D. J., ve Griffiths, M. D. (2012). Internet Gaming Addiction: A Systematic Review of Empirical Research. *International Journal of Mental Health and Addiction,* 10(2), 278-296.

Kümbetoğlu, B. (2017). *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma.* İstanbul: Bağlam.

Lee, K. (2011).Twitter Trending Topic Classifactions: Data Mining Workshops(ICDMW) 2011 IEEE 11th Internationan Conference on Ieee,2010.251-258

Lenny, J. (1993), "Do disabledpeopleneedcouncalling" in J.Swain, V.Finkelstein, S.Frenchand M.Olivier (eds.), *Disaabling Barriers-enabling Environments,* Milton Keynes: Open University Press.

Manovich, L. (2016). Designingand Living Instagram Photography: Themes, Feeds, Sequences, Branding, Faces, Bodies.

Martin, E. (1987), *The Womenınt the Body*, Milton Keynes: Open University Press

Marx, K. (2003). *Kapital (1.cilt)* (çev. A. Bilgi) Eskişehir: Eriş Yayınevi.

Maşa, D. C., Ceylan, B. (2020). Destekleyici ve Tamamlayıcı Bir Bakım Türü Olan Yoganın Hemşirelik Araştırmalarındaki Yeri: Bir Sistematik Derleme *Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Dergisi* 2020 ; 3(3): 331-344.

Mathus-Vliegen EM, Tytgat GN. IntragastricBalloonforTreatmentresistantObesity: Safety, Tolerance, andEfficacy of 1-Year BalloonTreatmentFollowedBy a 1-Year Balloon-FreeFollow-Up. GastrointestEndosc. 2005; 6: 19-27.

Mayes, C. (2014) Medicalization of EatingandFeeding.Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics,. 1-8.

Merrıam, S. B., (2015). *Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber,* (çev.Edt. S. Turan), Ankara: Nobel Yayıncılık.

Moulin, A. M (2013). "Tıbbın Karşısında Beden" (içinde Bedenin Tarihi 3, Bakıştaki Değişim: 20.yy), (Edt: A Corbin, J.J. Courtine , G. Vigarello) (çev. S. Özen), Ankara: YKY yayınları.

Mutlu, B. ,Bazarcı, S. (2017). Marka İşbirlikleri İçin Yeni Bir Alan: Youtube İçerik Üreticileri ve Kanal Toplulukları Üzerine Netnografik Bir Araştırma .Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi , (27) , 28-45.

Nazlı, A. (2009). Sosyolojik Bakışın Eşiğindeki Beden *Toplumbilim Beden Sosyolojisi Özel Sayısı,* 24, (61-68).

Newman, DM. (2013). *Sosyoloji: Günlük Yaşamın Mimarisini Keşfetmek* , (çev, Ali Arslan ,Ankara: Nobel Yayınları.

Nieuwoudt, JE., Zhou, S., Coutt, R.A., Booker, R. (2012). Muscle Dysmorpihia :Current Researchand Potential Classification As a Disorder. Psychol Sport Exerc, 13, 569-577.

Odabaş, S.,(2008). "Güzelliğin On Para Etmez Şu Estetik Cerrahlar Olmasa: Medyada Beden Politikalarının Temsili"*, Kültür ve İletişim Dergisi,11 (1) 2008,53.*

Okumuş, E. (2009). Bedene Müdahalenin Sosyolojisi, *Şarkiyat İlmi Araştırmalar Dergisi,* 2, (1-15).

Orbach, S. (1998). *Kadınlar Neden Şişmanlar.* (çev. A. Çakıroğlu) İstanbul: Kuraldışı

Ory, P.(2013). Sıradan Beden, *Bedenin Tarihi-3* (Edt.Corbin A., Courtine J.J .,Vigarello G., (Çev. S. Özen), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 105-129.

Özata, F.Z. (2013). "Sosyal Medya Platformları." *Dijital İletişim ve Yeni Medya içinde*. (76-98), (edt. Mesude Canan Öztürk). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset.

Özata, Z., Öztaşkın, A. (2005). "*Pazarlama Dünyası Blogsfer'i Keşfetti: Büyük Bir Değişimin İlk Adımları."* Pazarlama ve İletişim Kültürü. 4 (13), 13- 36.

Özbolat, A. (2011). Postmodern Dönemde Bedenin Tüketim Temelinde Yeniden İnşası. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(38), 317-334.

Özdemir, B. ve Yıldırım, G. (2019). Dijitalleşen İletişim Ortamlarında Kimlik İnşası ve Benlik Sunumu: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 3(3), 178-191.

Özdemir, Z, "Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı", *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 2015.

Özeltürkay, E. Y., Bozyiğit, S., ve Gülmez, M. (2017). Instagram'dan alışveriş yapan tüketicilerin satın alma davranışları: Keşifsel bir çalışma. *Öneri Dergisi*, *12*(48), 175-198.

Öztürk, A. Ö., ve Öztürk, G. (2019). Tıbbi Hipnozun Klinik Uygulamaları. *Journal of Biotechnology and Strategic Health Research*, *3*, 119-130.

Page, A. ve Fox, K.R.(1997). AdolescentWeight Management AndThePhyscial Self. In K.R. Fox (Eds.), *The Physical Self: From Motivation To Well -Being.* Human Kinetics.

Parsons, T. (2011). Sağlık ve Hastalık Sosyolojik Bir Eylem Perspektifi, *Toplumbilim Dergisi,* Bağlam Yayınları , 99-108.

Punch, F. K. (2005). Sosyal Araştırmalara Giriş. (çev. D. Bayrak, H. B. Arslan ve Z. Akyüz). Ankara: Siyasal Kitapevi.

Ritzer G. ve Stepnisky J. (2018). Modern Sosyoloji Kuramları. (çev. H. Hülür), Ankara: De Ki

Rudd, Nancy A., Lennon ,Sharron.J, "Body Image andAppearance-Management Behaviors in CollageWomen", *Clothingand Textiles Research Journal*, 18 (3), 2000, 152-162.

Safko L. (2012). The*Social Media Bible :Tactics Tools, andStrategiesfor Business Success.* 3.edt. New Jersey: Wiley 2012.

Sağlam, F., ve Güven, H. (2014). Obezitenin Cerrahi Tedavisi. *Okmeydanı Tıp Dergisi*, *30*(1),

Sağlık Bakanlığı (2004). *Türkiye Fiziksel Aktivite Rehberi* Ankara: Kuban Matbaacılık Yayıncılık.

Seki ve Öz, H., (2020). Geleneksel Ve Tamamlayıcı Tıp Tedavileri İçinde Yoga ve Hemşirelik *Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Dergisi*. 2020;3(3): 399-405.

Sevim, K. (2018). Sosyal Çalışma Perspektifinden Damga ve Kadın. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 469-479.

Sezgin, D.(2011). *Tıbbileştirilmiş Yaşam Bireyselleştirilmiş Sağlık,* İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Shilling, C. (2003). *The Body andSocialTheory*(2) Lonra: Sage.

Shilling, C. (2005). The Body, İn Culture, Technology and Society, Sage Publication, London.

Shilling, C.(2007). *SociologyAndThe Body: Classical Traditions And New Agendas, Emboying Sociology: Retrospect, Progress And Prospect,* Blackwell Publications.

Silva JE. Thermogenic Mechanismsand Their Hormonal Regulation. *PhysiolRev* 2006; 86 (2): 435-464.

Sipahi, B. B. (2021). Türkiye'de obezite üzerine sosyoekonomik faktörlerin etkisi ve gelir eşitsizliği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 76(2), 547-573.

Somunoğlu, S. (1999), Kavramsal Açıdan Sağlık, *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi,*4(1),51-62.

Sungur, S. (2011). Bilinçaltı Reklamcılık Ve Toplumsal Etkileri .*İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi | IstanbulUniversityFaculty of Communication Journal ,*(29)

Şahin Kaya, Ş. (2011). Televizyonda Kadın, Sağlık, Hastalık. Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, Cilt:14.Sayı:2. Güz. s.118-150.

Şaylan, G. (2009). *Postmodernizm* Ankara: İmge Kitapevi

Şensoy, B. (2013). *Medyada Beden İmajı: Bazı Televizyon Programlarından Örnekler,* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Afyonkarahisar.

Şimşek, S. (2021). Yenilenen Whatsapp Gizlilik Politikası Ve Kişisel Verileri Koruma Kurumu İncelemesi, *Bilişim Hukuku Dergisi* 2021, 2

Talimciler,A. (2018). Görünme ve Göstermenin Çok Daha Ötesi: Bedenimizin Kimliğimizin İfşa Edilmesi, (edt. Huriye Kuruoğlu, Kadriye Töre Özsel), *Medya ve Beden*, (42-64), İstanbul: Detay Yayıncılık.

Tekin, F. (2015). Pierre Burdieu Sosyolojisinde Beden Ve Habitus- Bedenleşmiş Habitus. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi,* 26, (85-100).

Timurturkan, M. (2015). Tıbbi Söylem, Gündelik Hayat ve İktidar: *Şişmanlığın Medya Aracılığıyla Tıbbileştirilmesi.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Timurtürkan, M.(2013) Tıbbi Söylem Ve İktidar: Medyada *"Diyet-Zayıflık-Sağlık"* İlişkisi Etrafında Bedenin Denetimi. *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi,* 3(1).

Tufan Y.N. (2016).Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma. Selçuk İletişiö,9 (2),92-115.

Turner, J. A. (2003). The Sutructure of Sociological Theory, United States: Thomson Wadsword.

Turner, B. (2011). *Tıbbi Güç Ve Toplumsal Bilgi* (çev. Ü.Tatlıcan) Bursa: Sentez Yayıncılık.

Uğurhan, Y. Z. C. ve Yaşar, İ. H. (2021). Tiktoktaki Reklam Ve Sponsorlu İçeriklerin Satın Alma Niyeti Üzerindeki Rolü: Sosyo-Demografik Değişkenler Özelinde Bir İnceleme. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*,21 (2), 243-269.

Uran,B.(2004). *Hipnozun Kitabı* (edt. Merve Yavuzyılmaz) içinde (33-83).

Uzun, K. Ve Uluçay D.M.(2017).İş Ortamında Whatsapp Kullanımı ve Kesintiye Uğrama. Selçuk İletişim,10(1),216-231

Ünal,H. (2016). Hapishane ve Sağlık, *Sağlık Sosyolojisinde Güncel Tartışmalar* (Edt. Nurşen Adak), içinde (103-136).

Üstündağ, Ş ve Dayapoğlu N (2021).Tip 2 Diyabetli Bireylerin Hastalık Yönetiminde Karşılaştıkları Engellerin Değerlendirilmesi. Adnan Menderes Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi,5 (3):514-533.

Valiyeva, E. Blogların Dijital İletişiminde Dil Özellikleri. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, *4*(1), 260-282.

Vardarlıer, P. ve Zafer, C. (2019). Medya ve Toplum. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22 (2), 355-361.

Vardarlıer,P.(2021). *Sosyal Medya Stratejisi*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Varga, I., (2005), "The Body – The New Sacred? The Body in Hypermodernity", Current Sociology, 53:2: 209–235.

Vigorella, G. (2016). *Orta Çağ'dan 20.Yüzyıla Şişmanlığın Tarihi* (çev.Y.Kayacan) İstanbul: Doğan Kitap.

Wachtel-Galor, S., Benzie, I. F. (2011). Herbalmedicine. *LesterPacker, Ph. D.*, 1

Waskul D., Vannini P. (2006) Introduction: The Body in SymbolicInteraction, (D. D. Waskul&P.Vannini, edt.) içinde *Body/Embodiment: Symbolic Interactionand the Sociology of the Body* 1-19). Hampshire: Ashgate Publishing Limited.

Weber, M., (2012) *Sosyolojinin Temel Kavramları*, (çev., M. Beyaztaş), İstanbul: Yarın Yayınları

Westerman, David, Patric R. Spence, ve Brandon Van Der Heide. «A Social Network As Information: The Effect Of System Generated Reports.» *Elsevier,* 2012: 199-206.

Who (2002). *Who Traditinol MedicineStrategy* 2002-2005, Genava: World Health Organization

Williamson, K.M ve Taylor, E.(2013). Simplify Social Media Mediafor Recruiting: A Step by Step Handbook for Implementing Social Media. Bloomington:UniverseINC., 2013.

Yeler, G.(2021).Sağlık ve Spor İçin Mekanlar: Fitness Merkezleri ve Salonları. GSI Journals Serie A: Advancenents in Tourism Recreation and Sciences,4 (2),147-162

Yenilmez, G. (2009). *Halkla İlişkiler Bağlamında Bir Pazarlama Stratejisi Olarak Medyada Güzellik Anlayışına Genel Bir Bakış*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yılmaz, M. (2019). *Popüler Kültür ve Sosyal Ağlar Aracılığıyla Kadın İkonlarda Beden ve Kendilik Sunumuna Yönelik Bir Instagram Analizi,* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yüksel, A. (2016). Bariatrik Cerrahi Operasyonu Geçiren Morbid Obez Bir Hastanın 3 Yıl Sonraki Beslenme Durumu: Olgu Sunumu. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi,* 1(1), 39-45

İnternet Kaynakları

https://www.tuik.gov.tr/ (Erişim Tarihi: 18 11.2022)

https://hsgm.saglik.gov.tr/tr/fiziksel-aktivite/fiziksel-aktivite-nedir.html (Erişim Tarihi: 28 11.2022)

www.drserangoçer.com(Erişim Tarihi: 28 .11.2022)

https://www.nccih.nih.gov (Erişim Tarihi: 28.11.2022)

https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri (Erişim Tarihi: 04.01.2023)

https://blog.fitwell.com.tr/ (Erişim Tarihi 18.11.2022)

https://www.socialbusinessglobal.org/ (Erişim Tarihi 04.01.2023)

EKLER

EK1. Soru Formu

1. Yaşınız?	1. 18-25 yaş 2. 26-33 yaş 3. 34-41 yaş 4. 42-49 yaş 5. 50 yaş ve üstü
2. Cinsiyet	1. Kadın 2. Erkek
3. Medeni durumunuz?	1 Evli 2. Bekar
4. Eğitim durumu?	1. Okur-yazar değil 2. Okur-yazar 3. İlköğretim 4. Lise 5. Üniversite 6. Lisansüstü
5.Mesleğiniz	1. Çalışmıyor 2.Öğrenci 3. İşçi, 4. Memur 5. Ev hanımı 6. Emekli
6.Genel anlamda bedeninize karşı olumlu bir tutum içinde misiniz?	1. Evet 2. Hayır
7. Toplumda yada sosyal çevrenizde görünmez olma isteğiniz oldu mu?	1. Evet 2. Hayır
8. Kilo almanızdaki faktörün ne olduğunu düşünüyorsunuz? (Birden fazla madde seçilebilir)	1.Genetik 2. yaş ve gelişim 3.sağlık sorunları / Kronik hastalıklar 4. Cinsiyet 5. Bedensel, fiziksel etmenler 6. psikolojik ve toplumsal etmenler 7. Hepsi
9. Kilo verme yoluna başvurmanız da sosyal çevrenizin etkisi oldu mu? (Cevabınız evet ise kısaca açıklar mısınız)	1. Evet (……..... .....) 2. Hayır
10. Kilo vermeniz sonucun da toplumsal	1. Evet 2. Hayır

yaşam alanınız da - sosyal hayatınız da olumlu anlam da değişiklik oldu mu?	
11. Obezitenin ne olduğu hakkın da bilginiz var mı?(Cevabınız evet ise bilgiye nereden ulaştığınızı yazar mısınız ?)	1. Evet (.....) 2. Hayır
12. Edindiğiniz bilgiler ile vücudunuzu nasıl nitelersiniz?	1. Zayıf 2. Normal / Sağlıklı 3.Hafif şişman/ Balık etli 4. Aşırı kilolu /Obez
13. Kilo verme yoluna başvurmanız da seçtiğiniz çözüm yolu ne olmuştur?	1. Beden temelli uygulamalar (spor, egzersiz, pilates,diyet) 2. Cerrahi tedaviler (tüp mide ameliyatı, Mide balonu, mide botoxu) 3. Alternatif tedaviler (akupunktur, bitkisel çaylar/kapsüller/yağlar, hipnoz, ayurveda, vb.) 4. Hepsi
14. İdeal vücut ölçülerine sahip olma isteğiniz de sosyal hayatınız tarafından istenmemek, öteki konumuna düşmek, alaya alınmak, dışlanmak gibi faktörler etkili oldu mu?	1. Evet 2. Hayır
15. Kilo vermeniz için sosyal çevreniz öneride ya da tavsiyelerde bulundu mu?	1. Evet 2. Hayır

16. Kendi cinsiyetinizin ve karşı cinsin toplumsal hayatta ideal vücut ölçülerinde olması önemli mi?	5. Evet (neden……) 6. Hayır (neden……)
17. Sosyal medya kullanıyor musunuz? (Cevabınız evet ise kullandığınız/ kullandıklarınız uygulamaları yazar mısınız)	1. Evet(.....) 2. Hayır
18. Sosyal medya üzerindeki moda - magazin - fenomen - ınfluencer haberleri, ideal vücut gösterimleri, güzellik, estetik vb. paylaşımları- reklamları dikkatinizi çeker mi?	1. Evet 2. Hayır
19. İdeal vücut için sosyal medya üzerinden bir destek aldınız mı? (Cevabınız evet ise seçiminizi belirtir misiniz / diyetisyen, doktor-tedavi, ilaç, yaşam koçu, spor hocası yada spor	1. Evet (.....) 2. Hayır

materyali vb.)	
20. Güzel olmak, genç olmak, canlı olmak gibi özelliklerin kişinin şişman yada zayıflığı ile ilişkisinin olduğunu düşünüyormu sunz?	1. Evet 2. Hayır
21. Çevreniz de yada tanınmış çevredeki insanların(ünlüler /fenomenler) sosyal medya paylaşımları sizin kilo vermeniz de etkili oldu mu? (Cevabınız evet ise etkilendiğiniz kişiyi yazabilirsiniz)	1. Evet (.....) 2. Hayır
22. İdeal vücut ölçülerin de olmak için ayırdığınız ; yıllık, aylık veya haftalık düzenli bir harcamanız var mı?	1. Evet 2. Hayır
23. İdeal vücut ölçülerine sahip olmanınsosyal çevreniz de modern - bilinçli bir izlenim bıraktığını düşünüyor musunuz?	1. Evet 2. Hayır

24. Kilo vermenizde moda (kıyafet seçimi etkili oldu mu)	1. Evet 2. Hayır
25. Sosyal medya ile kilo vermenin kolay ve ulaşılır olduğuna inancınız arttı mı?	1.Evet 2. Hayır
26. Kilo verme sonucun da alışverişlerinizde yaşam tarzınız da ; gıda seçiminde, kıyafet seçimlerinizde, imaj değişikliğinizde, düzenli spor yapma da değişimler yaşadınız mı?	1. Evet 2. Hayır

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

ORCID	0000-0003-2733-3852
Adı Soyadı	Beyza Melike İLTER
Doğum Yeri	Hatay-Dörtyol
Doğum Tarihi	30.01.1996

EĞİTİM BİLGİLERİ

İlkokul-Ortaokul	Hatay Dörtyol İlk Kurşun İlköğretim Okulu
Lise	Hatay Dörtyol Anadolu Lisesi
Üniversite	Çankırı Karatekin Üniversitesi, Sosyoloji
Yüksek Lisans	Çankırı Karatekin Üniversitesi,Sosyoloji Ana Bilim Dalı

KATILDIĞI

Sertifikalar	Pedagojik Formasyon Sertifikası (Çankırı Karatekin Üniversitesi)
Kurslar	Ücretli Öğretmenler İçin Özel Eğitim Uygulamaları (Dörtyol Halk Eğitim Merkezi)